

**STRATEGI MEDIA RELATIONS HUBUNGAN  
MASYARAKAT PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR  
SEBAGAI SARANA INFORMASI PUBLIK**



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Jurusan Ilmu Komunikasi Pada  
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar**

**Oleh:**

**ABD. AZIS  
NIM: 50700113153**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
2018**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abd. Azis  
NIM : 50700113153  
Tempat/Tgl.Lahir : Wotu, 10 Maret 1993  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi/S1  
Alamat : Jl. Samata  
Judul : Strategi Media Relation Hubungan Masyarakat  
Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai Sarana  
Informasi Publik)

Menyatakan dengan ini sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 26 Maret 2018

Penyusun,



Abd. Azis  
NIM. 50700113153

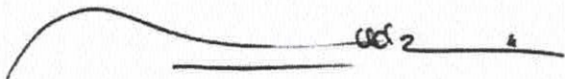
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Abd. Azis, NIM. 50700113153 Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, "*Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai Sarana Informasi Publik*" memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke ujian munaqasah

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

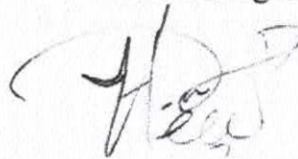
Samata-Gowa,        Maret 2018

Pembimbing I



**Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si**  
**NIP.19700311 200901 2 002**

Pembimbing II



**Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom**  
**NIDN.200107 87 02**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara Abd. Azis, NIM. 50700113153 Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, “*Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik*” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke ujian munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Samata-Gowa,       Maret 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

**Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si**  
**NIP.19700311 200901 2 002**

**Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom**  
**NIDN.200107 87 02**

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul, “Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Luwu Timur Sebagai Sarana Informasi Publik”, yang disusun oleh Abd. Azis, NIM: 50700113153, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis tanggal 26 Maret 2018 M, bertepatan dengan 9 Rajab 1439 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

Samata-Gowa, 26 Maret 2018 M  
9 Rajab 1439 H

### **DEWAN PENGUJI**

Ketua	: Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si	(.....)
Sekretaris	: Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D	(.....)
Munaqisy I	: Dra. Audah Mannan, M.Ag	(.....)
Munaqisy II	: Suryani Musi, S.Sos., M.I.Kom	(.....)
Pembimbing I	: Mudzhira Nur Amrullah S.Sos., M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Alauddin Makassar

Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., MM  
NIP. 19690827 199603 1 004

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ  
إِن الْحَمْدُ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنُسْتَغِيثُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا. مَنْ  
يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يُضِلَّهُ فَلَا هَادِيَ لَهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah swt. atas limpahan dan taufik-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Salam serta salawat tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad saw., berserta para keluarga, sahabat, dan semua orang yang mengikutinya hingga hari kiamat.

Tidak dapat dipungkiri bahwa selama penulisan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi penulis. Akan tetapi berkat izin dan pertolongan Allah swt. Kemudian bantuan dari berbagai pihak, maka semua kendala tersebut dapat dilalui dengan semangat dan kesabaran. Oleh karena itu, pada kesempatan berharga ini penulis sampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Alauddin Makassar Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si, Prof. Dr. H. Mardan, M.Ag., Prof. Dr. H. Lomba Sultan, MA., dan Prof. Hj. St. Aisyah, M.A., Ph.D., dan Prof. Hamdan Juhannis, M.A., Ph.D., masing-masing selaku Wakil Rektor I, II, III dan IV UIN Alauddin Makassar.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag.,M.Pd.,M.Si.,MM., Dr. H. Misbahuddin, M.Ag., Dr. H. Mahmuddin, M.Ag. dan Dr. Nur Syamsiah, M.Pd.I., masing-masing selaku Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Ramsiah Tasruddin S.Ag.,M.Si dan Haidir Fitrah Siagian, S.Sos, M.Si, P.Hd. Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin, dengan rasa tulus memberikan arahan, motivasi, nasehat, dan masukan serta bimbingan selama penulis menempuh kuliah.
4. Pembimbing I Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si, dan Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu mengarahkan serta membimbing penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Munaqisy I Dra. Audah Mannan, M.Ag, Suryani Musi, S.Sos., M.I.Kom., selaku munaqisy II, yang telah meluangkan waktu mengarahkan serta membimbing penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Segenap para dosen pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah mencurahkan ilmunya tanpa pamrih terhadap penulis.
7. Segenap para staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan terutama Bapak Muh. Rusli, S.Ag.,M.Fil.I. selaku staf jurusan Ilmu Komunikasi yang masing-masing dengan sabar melayani penulis dalam memenuhi segala persyaratan penelitian dan pelaksanaa seminar.
8. Segenap Pengurus/anggota Kabag Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dan DISKOMINFO Kabupaten Kabupaten Luwu Timur yang bersedia dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini dan para informan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data/informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
9. Kepada kedua orang tua tercinta penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus, teristimewa almarhum ayahanda *Tapo* dan ibunda *Suhati*

yang membesarkan, mengasuh, dan mendidik penulis dalam limpahan kasih sayangnya. Doa restu dan kasih sayang-Nya yang tulus dan ikhlas yang telah menjadi pemacu dan pemicu yang selalu mengiringi langkah penulis dalam perjuangan meraih masa depan yang bermanfaat.

10. Terima kasih kepada kakak saya Nurdais Tapo, Ruslan Tapo, dan Rusman Tapo, Rusdin Tapo, Sujarwati Tapo, S.Pd, Rahmat Tapo, S.Ip yang tiada hentinya memberikan saya semangat dalam penyusunan skripsi ini.

11. Terima kasih kepada keluarga besar HMI Komisariat Dakwah dan Komunikasi yang banyak membantu saya dalam penyusunan skripsi ini, saudara Alpian selaku ketua Umum HMI Komisariat Dakwah dan Komunikasi, Herbianto Firman Juba selaku Presidium Nasional Wilayah IV Indonesia Timur, Abd.Kahar selaku Ketua Umum Kerukunan Keluarga Mahasiswa Sinjai atas bantuan dan partisipasinya dalam penyusunan skripsi ini. Dan kakanda Lukman Hakim, kakanda Muasring, kakanda Fadli Ashadi, kakanda Munawir, kakanda Ardiansyah, S.I.Kom, kakanda Wasit Ahwaluddin, atas partisipasinya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala dukungan dan bantuan semua pihak mendapatkan pahala dari Allah swt. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua Amin.

Makassar,     Maret 2018

Penyusun,

ABD. AZIS  
NIM. 50700113153



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv-vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii-viii</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>x-xix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Kajian Pustaka .....	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN TEORETIS .....</b>	<b>9</b>
A. Tinjauan Tentang Humas .....	9
1. Pengertian Humas .....	9
2. Proses Humas .....	12
3. Tujuan Humas .....	13
4. Fungsi Humas .....	15
B. Tinjauan <i>Media Relations</i> .....	18
1. Fungsi <i>Media Relations</i> .....	19
2. Tujuan <i>Media Relations</i> .....	20
3. Prinsip Kerja <i>Media Relations</i> .....	21
4. Tahapan <i>Media Relations</i> .....	23
5. Kegiatan <i>Media Relations</i> .....	24
C. Hubungan Masyarakat dalam Prespektif Islam .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian .....	29
B. Pendekatan Penelitian .....	29

C. Sumber Data Penelitian .....	30
D. Metode Pengumpulan Data .....	30
E. Instrumen Penelitian .....	31
F. Teknis Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	36
1. Profil Kabupaten Luwu Timur .....	36
2. Pembagian Administratif .....	39
B. Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kabupaten Luwu Timur .....	51
C. Strategi Media Relations Pemerintah Daerah Luwu Timur dalam Menyebarkan Informasi .....	51
1. Kemitraan Media dan Penggunaan Media .....	52
2. Kelompok Informasi Masyarakat.....	54
D. Hambatan Media Relations Pemerintah Kabupaten Luwu Timur .....	57
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
D. Implikasi Penelitian .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>GAMBAR 1.1.....</b>	<b>26</b>
<b>GAMBAR 1.2.....</b>	<b>36</b>
<b>GAMBAR 1.3 .....</b>	<b>38</b>
<b>GAMBAR 1.4 .....</b>	<b>54</b>
<b>GAMBAR 1.5.....</b>	<b>55</b>
<b>GAMBAR 1.6.....</b>	<b>56</b>
<b>GAMBAR 1.7.....</b>	<b>57</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>TABEL 2.1 .....</b>	<b>27</b>
<b>TABEL2.2 .....</b>	<b>41</b>
<b>TABEL2.3 .....</b>	<b>50</b>
<b>TABEL2.4 .....</b>	<b>51</b>
<b>TABEL2.5 .....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TRANSLITERASI

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Transliterasi adalah pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad lainnya. Yang dimaksud dengan transliterasi Arab-Latin dalam pedoman ini adalah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin serta segala perangkatnya.

Ada beberapa sistem transliterasi Arab-Latin yang selama ini digunakan dalam lingkungan akademik, baik di Indonesia maupun di tingkat global. Namun, dengan sejumlah pertimbangan praktis dan akademik, tim penyusun pedoman ini mengadopsi “Pedoman Transliterasi Arab Latin” yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Tim penyusun hanya mengadakan sedikit adaptasi terhadap transliterasi artikel atau kata sandang dalam sistem tulisan Arab yang dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman ini, *al-* ditransliterasi dengan cara yang sama, baik ia diikuti oleh *alif lam Syamsiyah* maupun *Qamariyah*.

Dengan memilih dan menetapkan sistem transliterasi tersebut di atas sebagai acuan dalam pedoman ini, mahasiswa yang menulis karya tulis ilmiah di lingkungan UIN Alauddin Makassar diharuskan untuk mengikuti pedoman transliterasi Arab-Latin tersebut secara konsisten jika transliterasi memang diperlukan dalam karya tulis mereka. Berikut adalah penjelasan lengkap tentang pedoman tersebut

## 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak	tidak dilambangkan
ح	ha	<b>h</b>	he
ت	ta	<b>t</b>	te
ث	s\ʾa	s\	es (dengan titik di atas)
ج	iim	<b>i</b>	ie
ح	h\ʾa	<b>h\</b>	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	<b>kh</b>	ka dan ha
د	dal	<b>d</b>	de
ذ	z\ʾal	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	<b>r</b>	er
ز	zai	<b>z</b>	zet
س	sin	<b>s</b>	es
ص	svin	<b>sv</b>	es dan ve
ض	s\ʾad	s\	es (dengan titik di bawah)
ض	d\ʾad	<b>d\</b>	de (dengan titik di bawah)
ط	t\ʾa	<b>t\</b>	te (dengan titik di bawah)
ظ	z\ʾa	<b>z\</b>	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʾain	ʾ	anostrof terbalik
غ	gain	<b>g</b>	ge
ف	fa	<b>f</b>	ef

ق	qaf	<b>q</b>	qi
ك	kaf	<b>k</b>	ka
ل	lam	<b>l</b>	el
م	mim	<b>m</b>	em
ن	nun	<b>n</b>	en
و	wau	<b>w</b>	we
هـ	ha	<b>h</b>	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	ya	<b>y</b>	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fath}ah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>d}ammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	fathah dan ya	ai	a dan i
اُوْ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَؤُلَ : *hauula*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...	<i>fath}ah</i> dan <i>alif</i>	a	a dan garis di atas
اِيْ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	i	i dan garis di atas
اُوْ	<i>d}ammah</i> dan <i>wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh:

مَات : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

#### 4. *Ta marbu>t}ah*

*Transliterasi* untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fath}ah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raud}ah al-at}fal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fad}ilah*

الْحِكْمَةُ : *al-h}ikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydi>d)*

*Syaddah* atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.



Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*>

نَجَّيْنَا : *najjai*>*na*>

الْحَقُّ : *al-h}aqq*

الْحَجُّ : *al-h}ajj*

نُعِمُّ : *nu*“*ima*

عُدُوْ : ‘*aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i>).

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘*Ali*> (bukan ‘*Aliyy* atau ‘*Aly*)

عَرَبِيٌّ : ‘*Arabi*> (bukan ‘*Arabiyy* atau ‘*Araby*)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bila>du*

## 7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fi Zilal al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

*Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab*

### 9. *Lafz} al-Jala>lah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah*      يَا اللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum firah}matillah*

### 10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa ma> Muhammadun illa rasu*

*Inna awwala baitin wud}i‘a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan*

*Syahru Ramad}an al-lazi unzila fih al-Qur’an*

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Al-Gazali

Al-Munqiz min al-Dalal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contohnya:

Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muh}ammad Ibnu)

Nas}r H{amid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu

## DAFTAR SINGKATAN

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = subhanahuwa ta‘ala

saw. = sallallahu ‘alaihi wa sallam

a.s. = ‘alaihi al-salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w. = Wafat tahun

Q.S. ...(...): 4 = Quran, Surah ..., ayat 4

r.a= radhiallahu anhu/ anha/ anhum

Untuk karya ilmiah berbahas Arab, beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه و سلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	الى اخرها\ الى اخره
ج	=	جزء

## ABSTRAK

**Nama** : Abd. Azis  
**Nim** : 50700113153  
**Jur/prodi** : Ilmu Komunikasi  
**Fakultas** : Dakwah dan Komunikasi  
**Judul** : Strategi Media Relation Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai Sarana Informasi Publik  
**Pembimbing I** : Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si  
**Pembimbing II** : Harmin Hatta, S.Sos., M.I.Kom

---

Tujuan dalam skripsi ini untuk mengetahui Strategi Media Relation Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarluaskan informasi dan hambatan *media relation* humas Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarluaskan informasi

Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan keilmuan komunikasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah kabag humas pemerintah Kabupaten Timur, pranata humas, kasubag humas, kabid informasi dan komunikasi publik Diskominfo. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara dengan empat informan, dan dokumentasi. Adapun instrument penelitian yaitu peneliti sendiri dengan bantuan hp. Pedoman wawancara dan handphone. Data dianalisis dengan analisis kualitatif melalui reduksi data penyajian data, penyimpulan dan verifikasi dan kesimpulan akhir.

Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi Humas Pemerintah Luwu Timur adalah dengan konsep kemitraan media dan penggunaan media yang menjadikan media online, media cetak serta media elektronik sebagai mitra kerja dalam menyebarluaskan informasi dan kelompok informasi masyarakat yang diharapkan mampu menyaring dan membedakan informasi yang fakta dan hoax, selain itu PPID merupakan strategi SKPD Diskominfo yang aktualisasinya ke setiap desa. Kemudian hambatan yang di alami humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarkan informasi yaitu karena masih kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki, sarana dan prasarana yang masih terbatas sehingga menghambat sistem kerja di media, serta perbedaan sudut pandang.

Implikasi pada penelitian ini yaitu Diskominfo Kabupaten Luwu Timur bekerjasama sama dengan Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur belum memberikan pelayanan sepenuhnya terhadap masyarakat dalam hal pelayanan penyebarluasan informasi. Sebab, proses penyebarluasan informasi di Kabupaten Luwu Timur belum terlalu efektif maka dari itu kami selaku mahasiswa dan masyarakat sangat meminta kepada Pemerintah Kabupaten Luwu Timur terkhusus DISKOMINFO untuk mengupayakan sarana dan prasarana yang lebih. Agar proses pelaksanaan penyebarluasan informasi tersampaikan secara merata ke masyarakat.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### ***A. Latar Belakang Masalah***

Hubungan masyarakat (Humas) merupakan bentuk kegiatan dan sekaligus suatu proses komunikasi. Proses komunikasi dalam kegiatan humas merupakan hal yang penting bagi kehidupan manusia. Sebab tanpa adanya komunikasi tidak mungkin akan terjadi interaksi. Pada umumnya, humas merupakan suatu alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebarluasan informasi mengenai publikasi pembangunan nasional, melalui kerjasama antar pimpinan dengan pegawainya secara internal dan melakukan kerjasama dengan masyarakat ataupun khalayak ramai secara eksternal.

Peranan Humas di lingkungan pemerintahan sangat penting dalam membangun relasi kepada masyarakat baik secara umum maupun secara khusus. Apalagi pemerintah tengah menghadapi berbagai persoalan kemasyarakatan yang mendasar. Upaya revitalisasi peranan kehumasan sangat penting dan menjadi tuntutan yang mendesak saat ini, wajib dilaksanakan di semua instansi pemerintah, sebagai momentum strategis untuk melakukan perubahan tatanan peranan kehumasan yang dapat bersinergi secara efektif. Humas pemerintah selalu dituntut kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan lingkungan yang sangat cepat.

Sebuah organisasi khususnya di lingkup pemerintahan daerah, Humas memegang peranan yang sangat penting dan strategis. Selain itu, sebagai sebuah kegiatan komunikasi, humas juga berfungsi sebagai jembatan untuk membangun suasana yang kondusif dalam kerangka “*win-win solutions*”, antar berbagai

stakeholders organisasi, baik internal maupun eksternal dalam rangka membangun *image* atau citra dari organisasi pemerintah itu sendiri.

Masyarakat telah memahami hak-haknya yang sekaligus juga menjadi kewajiban pemerintah. Dalam bidang pelayanan publik, masyarakat menuntut sistem pemerintahan yang bersih dan transparan. Masyarakat berhak atas akses informasi, sebaliknya pemerintah wajib menjamin akses tersebut terjaga dan terkontrol agar tidak menimbulkan eksese negatif akibat eksploitasi pemberitaan yang bombastis. Karena, pada akhirnya rakyat juga yang dirugikan.

Peran Humas pemerintah selama ini masih kalah kelas bila dibandingkan dengan Humas organisasi bisnis atau kalangan dunia usaha lainnya. Sadar bahwa Humas memiliki peran yang semakin penting dan strategis, maka banyak kalangan mengharapkan agar aparatur kehumasan pemerintah sebisa mungkin lebih memperluas wawasan, pemahaman dan pengetahuan di seputar kehumasan agar kinerja dan profesionalisme tugas pemerintahan dapat terlaksana dengan baik.

Menurut M. Linggar Anggoro bahwa fungsi pokok Humas Pemerintahan Indonesia pada dasarnya mengamankan kebijaksanaan pemerintah dalam memberikan pelayanan, menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan program-program kerja secara nasional kepada masyarakat. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, menampung aspirasi dan memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas



dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.<sup>1</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, terlihat bahwa terdapat dua fungsi Humas, yaitu fungsi ke luar dan fungsi ke dalam. Fungsi Humas ke luar, yaitu berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi atau lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan fungsi Humas ke dalam menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut disesuaikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

Menurut Kasali dalam Soemirat dan Ardianto humas dapat memberikan kontribusinya dalam proses *strategic management*, melalui dua cara: Pertama, melakukan tugasnya sebagai bagian dari *strategic management* ke seluruh organisasi dengan melakukan survey atas lingkungan dan membantu mendefinisikan misi, sarana dan objective organisasi/institusi. Kedua, keterlibatan Humas dalam proses menyeluruh ini akan memberi manfaat yang besar bagi institusi dan sekaligus bagi Humas itu sendiri, khususnya pada tingkat korporat.<sup>2</sup>

Humas dapat berperan dalam *strategic management* dengan mengelola kegiatannya secara strategis, artinya bersedia mengorbankan kegiatan jangka pendek demi arah institusi secara menyeluruh.

Humas bertujuan untuk menegaskan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (*favorable image*) bagi institusi, terhadap para *stakeholders*-nya (khalayak sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal). Untuk mencapai tujuan tersebut, maka strategi kegiatan Humas semestinya diarahkan pada

---

<sup>1</sup>Anggoro, M. Linggar & Estu Rahayu. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. (Jakarta Edisi 1 Cetakan ke- 3. Bumi Askara. 2002). h 72

<sup>2</sup>Soleh Soemirat, dan Ardianto. *Dasar-dasar Public Relations*. (Bandung : PT. Remaja Rosda karya. 2002) h. 92

upaya menggarap persepsi para stakeholder-nya sebagai tempat akarnya sikap tindak dan persepsi mereka.

Konsekuensinya, strategi penggarapan itu berhasil, akan memperoleh sikap tindak dan persepsi yang menguntungkan dari *stakeholder* sebagai khalayak sasarannya, yang pada akhirnya akan tercipta suatu opini dan citra yang menguntungkan.

Pesan yang disampaikan kepada publik tidak terlepas dari konsep *media relations* Humas dilihat dari fungsi Humas yang strategis kepada publik. *Media relations* sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat, sehingga penyampaian informasi kepada khalayak lebih transparan.

*Media relations* merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dengan khalayak untuk mencapai tujuan pemerintah.

Informasi menjadi konsumsi penting bagi khalayak secara umum dengan memberikan penilaian lebih kepada kinerja pemerintah di setiap informasi yang diberikan. Oleh karena itu, humas dituntut untuk memberinkan informasi kepada khalayak secara menyeluruh di setiap kegiatan pemerintah. Pemerintah kabupaten luwu timur sebagai komponen pembangunan daerah dituntut untuk lebih memiliki peranan dalam pengembangan informasi publik sebagai konsumsi khalayak.

*Media relations* Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai wadah eksternal kurang memiliki hubungan strategis dengan media massa sehingga minimnya informasi ke khalayak yang berkaitan dengan pembangunan daerah. Minimnya informasi ini menunjukan Pemerintah Kabupaten Luwu Timur kurang

memahami fungsi strategis Humas sebagai sarana perpanjangan tangan Pemerintah Kabupaten Luwu Timur kepada khalayak.

Pemerintah Kabupaten Luwu Timur menyadari bahwa menjaminnya berbagai media massa dan derasnya arus informasi yang menerpa masyarakat belum merupakan jaminan akan pencerahan kepada masyarakat, bahkan dalam beberapa kasus seringkali justru terjadi keadaan yang sebaliknya, kebingungan masyarakat, oleh karena itu, Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur menjadi sangat penting dan strategis, terutama dikaitkan dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan informasi pembangunan dan juga untuk pembentukan citra Pemerintah Kabupaten Luwu Timur.

Humas pada dasarnya merupakan salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari segenap mitra (institusi, organisasi, masyarakat, dan *stakeholder*) Pemerintah Kabupaten Luwu Timur atas dasar menghormati kepentingan bersama.

Membangun dan membentuk citra yang positif, Humas Kabupaten Luwu Timur harus menerapkan strategi yang tepat, sehingga citra positif yang diinginkan dapat tercapai dan terpenuhi.

Pembentukan citra yang positif di mata masyarakat terhadap Pemerintah Kabupaten Luwu Timur menjadi sangat penting, karena Pemerintah Kabupaten Luwu Timur adalah lembaga daerah yang mewakili/merefresentasikan masyarakatnya, sehingga secara tidak langsung citra masyarakat terbentuk oleh Pemerintah Kabupaten Luwu Timur.

## ***B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus***

### **1. Fokus Penelitian**

Merupakan batasan penelitian agar jelas ruang lingkup yang akan diteliti. Oleh karena itu peneliti memfokuskan pada Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menjalani hubungan dengan media untuk menyebarkan informasi kepada publik.

### **2. Deskripsi Fokus**

Berdasarkan pada fokus penelitian dari judul tersebut diatas dapat dideskripsikan berdasarkan substansi permasalahan dan substansi penelitian ini yaitu strategi humas dalam menjalani hubungan dengan media di Kabupaten Luwu Timur dalam hubungannya sebagai sarana informasi publik serta hambatan media relations dalam menyebarluaskan informasi.

Media relations merupakan bagian dari publik relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antar masyarakat dan pemerintah.

Humas sangat memberikan peranan penting pada suatu lembaga ataupun pemerintahan. Strategi Humas adalah cara untuk menanamkan kepercayaan kepada masyarakat untuk mencapai suatu tujuan.

Sarana informasi publik adalah sesuatu yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan suatu informasi ke khalayak umum.

### ***C. Rumusan Masalah***

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi *Media Relations* Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebar luaskan informasi ?
2. Apa hambatan *media relations* Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarluaskan informasi ?

### ***D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu***

Sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti ini, penulis mencari referensi hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada focus penelitian yang ingin diteliti. Sehingga dapat membantu peneliti dalam mengkaji dan membandingkan apakah terdapat kesamaan atau perbedaan hasil penelitiannya. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi antara lain:

1. Putri Rezki Sumarni yang berjudul “strategi public relation PT. Putra Transport Nusantara dalam menghadapi persaingan pasar di kota Makassar”. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi *publik relations* PT. Putra Transport Nusantara dalam menghadapi persaingan pasar ditengah maraknya persaingan di bidang industri jasa transportasi di kota Makassar.
2. Muhammad Risal yang berjudul “statregi public relation dalam mengembangkan pesantren modern Immim Putra Makassar”. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui komunikasi *publik relations* yang terkait dengan pengembangan pesantren immim putra Makassar. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif.

Hasil penelitian aktifitas *publik relation* pesantren Immim Putra Makassar dibagi menjadi dua bagian. Yang pertama aktifitas internal berupa rapat intern, pembuatan kliping, pembuatan even tahunan dan petriulan. Yang kedua, aktifitas eksternal seperti kunjungan (studi banding) yang biasa disebut patro'duga, publikasi melalui media cetak dan media elektronik, pendampingan santri pada kunjungan-kunjungan keluar, dan pencarian sponsor untuk kegiatan pesantren.

3. Dini Fatmawati yang berjudul “peran humas dalam meningkatkan citra yayasan masjid Mujahidin sebagai lembaga pendidikan (studi kasus pada yayasan masjid mujahidin perak barat Surabaya)”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan lebih mendalam tentang strategi Media relations Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebar luaskan informasi serta media yang paling efektif dalam menyebar luaskan informasi.

### ***E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan lebih mendalam tentang Strategi Media *relation* Hubungan Masyarakat Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menyebar luaskan informasi
- b. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan lebih mendalam tentang hambatan media relation dalam menyebarluaskan informasi.

## **2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **a. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan strategi Humas dalam suatu organisasi dalam membangun citra yang baik.

### **b. Kegunaan Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini dapat berguna bagi Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur sebagai kontribusi dalam membangun citra yang baik sebagai organisasi pemerintahan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat.

## BAB II

### TINJAUAN TEORETIS

#### *A. Tinjauan Tentang Humas*

##### **1. Pengertian Humas**

Istilah *public relations* dalam istilah bahasa Indonesia lebih dikenal dengan hubungan masyarakat atau Humas. Biasanya Humas sering digunakan dalam instansi pemerintah. Sebenarnya tidak ada perbedaan antara pengertian Humas dan *public relations*, keduanya sama dari segi pengertian, proses, tujuan, fungsi dan kegiatannya.

Definisi dari Humas bisa saja berbeda-beda arti bagi masing-masing pihak. Ada yang melihatnya dari segi komunikasi, publikasi, manajemen, pemasaran atau periklanan, begitu kompleksnya.

Definisi Humas menurut Anggoro yaitu “keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”<sup>1</sup>

Frank Jefkins mendefinisikan Humas sebagai semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.<sup>2</sup>

Definisi dari Philip Lesly seperti yang dikutip oleh Leonald Mogel *PR is a management function as helping an organization (or group) and its publics adapt*

---

<sup>1</sup>Anggoro, M. Linggar & Estu Rahayu. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. (Jakarta Edisi 1 Cetakan ke- 3. Bumi Askara. 2002), h.72

<sup>2</sup>Frank Jefkins. *Public Relations*. (Jakarta: Edisi Keempat, Erlangga. 1992), h.10



*mutually to each other*. Proses tersebut bertujuan agar perusahaan atau organisasi tersebut dapat menjalin hubungan baik dengan publiknya. Publik ini yang nantinya akan menjadi salah satu faktor penunjang keberhasilan dari perusahaan tersebut.<sup>3</sup>

Batas pengertian humas, menurut para ahli sampai saat ini belum ada kesepakatan secara tegas, ini disebabkan beberapa tahap yaitu Pertama, banyaknya definisi humas yang telah dirumuskan oleh baik para pakar atau ahli, maupun profesional Humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat rentang humas. Kedua, terjadinya perbedaan batas pengertian rentang humas diakibatkan karena adanya latar belakang yang berbeda, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademis akan lain dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi humas. Ketiga, sesuatu yang menunjukkan baik secara teoritis maupun praktisi bahwa kegiatan humas itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat serta mengikuti kemajuan zaman.

Kegiatan humas pada hakikatnya merupakan bagian dari teknik komunikasi dengan ciri khas komunikasi dua arah (*two way communication*) antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publik atau sebaliknya. Setelah melakukan kegiatan komunikasi tersebut, pihak humas menganalisa untuk mengetahui efeknya atau feed back, apakah berdampak baik terhadap citra, atau sebaliknya menjadi negatif sehingga kurang menguntungkan posisi organisasi atau lembaga bersangkutan di mata masyarakat.<sup>4</sup>

Diakui atau tidaknya humas saat ini kini banyak dikenal dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam berbagai perusahaan dan instansi yang berkepentingan

---

<sup>3</sup>Rhenaldi Kasali. *Manajemen Publicrelations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti 1994), h.63

<sup>4</sup>Rosady Ruslan. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 1999), h.19

langsung dengan humas. Bahkan divisi humas dianggap sebagai suatu kebutuhan yang mesti ada dalam sebuah perusahaan/organisasi guna membangun hubungan dengan masyarakat dan para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Definisi humas yang dikemukakan oleh para ahli atau pakar, menurut *International Public Relations Associations* (IPRA) terbitan *gold paper* NO 4 dengan judul *A model for public relations education for profesional practice*, walaupun terdapat perbedaan, tetapi mengandung kesamaan arti diantaranya :

- a. *Public Relations* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan memperoleh *good will*, kepercayaan, saling pengertian dan citra baik di masyarakat.
- b. Sasaran *Public Relations* adalah berupaya ciptakan opini publik yang *favorable* dan menguntungkan semua pihak.
- c. *Public Relations* merupakan unsur yang cukup penting dalam mendukung manajemen untuk menciptakan tujuan yang spesifik dari organisasi atau lembaga.
- d. *Public Relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga dengan pihak masyarakat melalui suatu proses timbal balik, hubungan yang harmonis, saling mempercayai dan menciptakan citra yang positif.<sup>5</sup>

Maka dari itu seorang praktisi Humas harus menjaga dan meningkatkan citra yang telah terbentuk dari perusahaan atau organisasi yang diwakilinya, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dan isu yang dapat merugikan bagi perusahaan atau organisasi.

---

<sup>5</sup>Rosady Ruslan. *Publik Relations dan Komunikasi*.( Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2005), h.8

## 2. Proses Humas

Proses praktisi Humas sangat tergantung dari input informasi, karena bidang Humas adalah suatu studi yang menyangkut sikap manusia yang membutuhkan ketajaman dan kepekaan analisis, serta data yang dapat mengubah sikap manusia atau kelompok manusia secara efektif.

Proses Humas selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berdasarkan prosesnya, ada empat langkah yang biasa dilakukan dalam proses Humas sebagaimana yang diajukan oleh Cutlip dan Center sebagai berikut.<sup>6</sup>

### a. Definisi Permasalahan

*Public Relations* perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu *Public Relations* perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu *Public Relations* perlu memantau dan membaca terus pengertian, opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan perusahaan.

Tahap ini merupakan penerapan atau fungsi intelijen perusahaan. Langkah ini dilakukan oleh seorang *Public Relations* setiap saat secara kontinu bukan hanya pada saat krisis terjadi.

### b. Perencanaan dan Program

Pada tahap ini seorang Humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program, termasuk anggarannya. Pada tahap ini penting bagi Humas mendapatkan dukungan penuh dari

---

<sup>6</sup>Scott M Cutlip, Allen H, Center. Broom & Glen M. *Effective Public Relations*.( Jakarta: Edisi 8, PT Indeks Kelompok Gramedia 2005), h.75

pimpinan puncak perusahaan karena besar kemungkinan langkah yang di ambil akan sangat strategis dan melibatkan keikutsertaan banyak bagian.

c. Aksi dan Komunikasi

Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan / kegiatan sesuai dengan fakta dan data dalam bentuk perencanaan. Pada tahap ini, aksi dan komunikasi harus dikaitkan dengan objektif dan *goals* yang spesifik.

d. Evaluasi Program

“Proses *Public Relations* selalu dimulai dari pengumpulan fakta dan diakhiri pula dengan pengumpulan fakta. Untuk mengetahui prosesnya sudah selesai atau belum, seorang *Public Relations* selalu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang di ambil. Maka tahap ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan di masa lalu. Penyesuaian dapat dibuat dalam program yang sama. Atau setelah suatu masa berakhir”.

Keempat langkah diatas merupakan tahap – tahap yang penting, sehingga dalam menjalankan keempat tahap itu harus lengkap, tidak boleh ada yang terlewat.

### **3. Tujuan Humas**

Tujuan Humas atau *public relations* secara umum/universal yang pada prinsipnya adalah menciptakan, memelihara, Meningkatkan citra yang baik dari orang atau perusahaan kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan dan memperbaiki jika citra menurun/rusak.

Dalam sebuah organisasi, Humas dibentuk atau digiatkan untuk menunjang manajemen yang berupaya untuk mencapai tujuan organisasi sehingga tujuan sentral Humas yang akan dicapai adalah tujuan organisasi.

Tujuan organisasi yang diperjuangkan oleh manajemen dan ditunjang oleh Humas itu tergantung pada sifat organisasinya. Tujuan Humas secara umum adalah untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan, dan memperbaikinya jika citra itu menurun / rusak.

Yulianita dalam bukunya “Dasar dasar *Public Relations*”, mengatakan ada empat hal yang prinsip dari tujuan *public relations* yakni:

- a. Menciptakan citra yang baik.
- b. Memelihara citra yang baik.
- c. Meningkatkan citra yang baik.
- d. Memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun / rusak.

Menurut Frank Jefkins tujuan *public relations* adalah: “Meningkatkan *unfavorable image*/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut”. Sedangkan menurut Charles S. Steinberg tujuan *public relations* adalah: “Menciptakan opini publik yang favorable tentang kegiatan -kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan”.<sup>7</sup>

Berbagai pendapat diatas, maka dapat dirumuskan tentang tujuan *public relations* secara umum/*universal* yang pada prinsipnya menekankan tujuan pada aspek citra/*image*. Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki yang baik, sebuah perusahaan akan dinilai bonafid. Hal ini memberikan pengaruh pada tingkat kepercayaan publik-publiknya.

---

<sup>7</sup>Yulianita. *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, Alqaprin 1999), h.42-43

#### 4. Fungsi Humas

Fungsi merupakan kegiatan operasional dari suatu benda atau lembaga. Mengenai istilah fungsi ini, Ralph Currier dan Allan C. Filley dalam bukunya *“Principle of Management”* diikuti oleh Effendy menyatakan bahwa “Istilah fungsi menunjukan suatu tahap yang jelas yang dapat dibedakan bahkan dari tahap pekerjaan lain”.

Fungsi Humas dalam suatu fungsi manajemen yang menggunakan penelitian dan upaya yang berencana dengan mengikuti standar-standar etis yaitu sebagai berikut.

- a. Suatu proses yang mencakup hubungan antara organisasi dengan publiknya.
- b. Analisa dan evaluasi melalui penelitian terhadap sikap dan opini dan kecenderungan sosial, dan mengkomunikasikan kepada manajemen agar dapat dipastikan bahwa kebijaksanaan, tata cara dan kegiatan-kegiatan secara sosial dalam kepentingan bersama antara organisasi dengan publik.
- c. Pelaksanaan dan penindakan program yang berencana, komunikasi dan evaluasi melalui penelitian.
- d. Pencapaian itikad baik, pengertian dan penerimaan sebagai hasil akhir utama dari kegiatan humas.<sup>8</sup>

Komponen terakhir diatas dari Humas, fungsi Humas yang dapat diterapkan dalam sebuah organisasi atau perusahaan adalah membantu organisasi atau perusahaan tersebut untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan komunitasnya. Selain itu didukung dengan pendapat Rex F. Harlow seperti yang dikutip oleh Cutlip, Center, dan Broom yang menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi

---

<sup>8</sup>Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 1993), h.24

manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya.<sup>9</sup>

Humas dalam suatu organisasi dapat dikatakan berfungsi apabila menunjukkan kegiatan yang jelas yang dapat dibedakan dengan kegiatan yang lainnya.

Fungsi utama *Public Relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan antara lembaga / organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan, motifasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga / organisasi.<sup>10</sup>

Fungsi dasar dari Humas seperti yang diungkapkan oleh Moore, meliputi:

- 1) Menginterpretasikan opini publik untuk kepentingan manajemen dan mengumpulkan informasi mengenai sikap publik.
- 2) Membuat manajemen sadar akan kecenderungan dalam politik, sosial dan ekonomi.
- 3) Meminta perhatian manajemen atas aspek-aspek dari stimuli pengoprasiaan yang dapat merintang hubungan perusahaan dengan publik.
- 4) Menyampaikan saran-saran kepada manajemen untuk menangani hubungan tersebut.<sup>11</sup>

Cutlip and Center dalam bukunya "*Effective Public Relations*" juga mengemukakan 3 fungsi *Public Relations* yaitu:

---

<sup>9</sup>Scott M Cutlip, Allen H, Center. Broom & Glen M. *Effective Public Relations*.

<sup>10</sup>Rachmadi. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*.( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 1992), h.21

<sup>11</sup>Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*.

- a) *To ascertain and public opini as it relates to his organization* (menjamin dan menilai opini publik yang ada dari organisasi).
- b) *To counsel axacutives on way of dealing with public opinion as it exist* (untuk memberikan nasehat / penerangan pada manajemen dalam hubungannya dengan opini publik yang ada)
- c) *To use communication to influence public opinion* (untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik).<sup>12</sup>

Penekanan dari uraian di atas mengenai fungsi humas, Cutlip and Center lebih menekankan kepada penciptaan dampak yang menyenangkan dari pihak publik terhadap kebijakan dan operasionalisasinya dan organisasinya

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Humas” mengemukakan 4 fungsi *public relations* yaitu:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.<sup>13</sup>

## ***B. Tinjauan Media Relations***

*Media relations* merupakan salah satu program Humas untuk membangun hubungan dan komunikasi dengan publik. Peranan media sangat berpengaruh dalam pembentukan citra pemerintah Kabupaten Luwu Timur yang baik di media masyarakat, karena produk dari media berupa berita dikonsumsi langsung oleh masyarakat.

---

<sup>12</sup>Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*.

<sup>13</sup>Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*.



Pemberitaan yang kurang baik akan membawa dampak yang kurang baik juga terhadap citra perusahaan/organisasi, begitu pula pemberitahuan yang baik akan membawa dampak yang baik juga terhadap citra perusahaan/organisasi. Oleh sebab itu, Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur harus menjalin hubungan yang baik dengan media. Menjalni komunikasi yang baik, dengan memberikan informasi yang faktual merupakan salah satu cara untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Hal ini berkaitan dengan fungsi Humas yaitu menjalankan *medoa relations*.

Perkembangan teknologi dan pengaruhnya terhadap bentuk bentuk media massa memberikan pengaruh yang berarti bagi perusahaan. Liputan yang baik di media akan memberikan pencitraan yang baik pula bagi perusahaan, meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memakai produk perusahaan, dan akhirnya menumbuhkan minat pemodal untuk menginvestasikan modalnya bagi perusahaan. Aktifitas *public relations* inilah yang menjalin relasi dengan media dan mendapatkan kepercayaan dari liputan media.

Philip Lesly memberikan definisi *media relations* sebagai hubungan dengan media untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi.<sup>14</sup>

Yosal Iriantara mengartikan *media relations* merupakan bagian dari *public relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, (Depok: Gramata Publishing, 2014), h.129

<sup>15</sup>Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*.

Tampak bahwa pengertian *media relations* berdasarkan pada relasi antara individu atau organisasi atau perusahaan dengan media. Sehingga dapat disimpulkan pengertian *media relations* adalah relasi yang dibangun dan dikembangkan dengan media untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi atau perusahaan.

### **1. Fungsi Media Relations**

Johnson & Johnson menegaskan bahwa media memiliki peran serta fungsi yang sangat penting bagi perusahaan, diantaranya:

- a. Pertama, fungsi *media relations* dapat meningkatkan citra perusahaan
- b. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- c. Meningkatkan *point of selling* dari produk dan jasa.
- d. Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
- e. Meningkatkan relasi dari beragam publik, seperti terhadap lembaga pemerintahan, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu.<sup>16</sup>

### **2. Tujuan Media Relations**

Langkah yang diambil pada saat menentukan fungsi *media relations*, tentu diharapkan dapat sesuai dengan sasaran yang akan dicapai oleh *public relations*. Sasaran sebagai tujuan dari sikap atau tindakan yang diambil tanpa melahirkan masalah baru dari keputusan yang diambil. Menjalankan fungsi PR dengan menggunakan *media relations* sebagai strategi adalah keputusan yang tepat karena

---

<sup>16</sup>Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah, *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, (Depok: Gramata Publishing, 2014), h.134

maju mundurnya perusahaan sangat bergantung dengan harmonisasi hubungan antara pers dengan perusahaan. Pada dasarnya, upaya membangun *media relations* bertujuan untuk:

- a. Menjaga netralitas dan objektivitas terhadap informasi atau data yang berkembang di media massa. Adanya hubungan baik dengan media, diharapkan dapat membantu dalam menginformasikan berita yang wajar, berimbang dan menguntungkan perusahaan atau organisasi yang terkait.
- b. Mendapatkan sarana yang tepat untuk kepentingan publikasi seluas mungkin tentang kegiatan serta kebijakan yang diambil perusahaan yang dianggap baik untuk diketahui publik.
- c. Tidak dipungkiri, hadirnya hubungan media yang baik akan melahirkan umpanbalik dan respons dari publik sebagai data rujukan atau landasan dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan organisasi atau perusahaan.<sup>17</sup>

Selanjutnya tujuan hubungan dengan media untuk menumbuhkan kepercayaan sehingga dapat melahirkan hubungan yang baik secara berkesinambungan antara perusahaan dan pers.

### **3. Prinsip Kerja Media Relations**

Kegiatan *media relations* akan membawa efek yang besar apabila dilakukan dengan menggunakan prinsip kerja yang tepat. Menurut Frank Jefkins, beberapa hal yang harus diperhatikan praktisi atau institusi PR dalam menjalankan *media relations* yang baik sebagai berikut.

---

<sup>17</sup>Dasrun Hidayat, M.I.Kom, *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Publik Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h.78-79

### **a. Melayani dan memahami media setiap saat**

Memahami dan melayani media ini dapat dilakukan dengan cara memahami siapa dan bagaimana media massa itu. Salah satu cara yang dilakukan dalam memahami media adalah mengerti bagaimana *mediascape* dari media massa tersebut. *Mediascape* merupakan singkatan dari media dan *landscape*. Secara harfiah *landscape* adalah gambaran yang mempresentasikan pandangan atas pemandangan alam yang meliputi daratan, lembah, gunung, hutan, air. Tetapi istilah ini kemudian berkembang. Dalam ilmu sosial, istilah ini kemudian digunakan untuk menunjukkan sisi-sisi yang menonjol dari suatu fenomena yang terjadi di masyarakat.

Begitu juga yang terjadi dengan media massa. Ada media yang sangat menonjol dan sangat kuat sehingga membawa pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat. Tetapi sebaliknya, ada media massa yang biasa saja, bahkan tidak menonjol sama sekali sehingga tidak membawa pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Inilah yang disebut dengan *mediascape*.

Cara lain yang dapat digunakan untuk memahami media massa adalah dengan memahami bagaimana cara kerja media tersebut serta siapa kalayak dari media massa itu. Oleh karena itu, memahami media menjadi modal utama untuk melakukan kerja sama dengan media massa. Selain memahami media massa, seorang *Public Relations* juga harus melayani media. Maksudnya, seorang *Public Relations* menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh media massa dan selalu siap ketika media massa membutuhkan informasi itu.

### **b. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media**

Prinsip kerja yang kedua dari *media relations* adalah membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media. Pada bagian ini, seorang *public*

*relations* harus siap menyediakan dan memasok materi-materi yang akurat di mana saja dan kapan saja. Hanya dengan cara inilah seorang public relations akan dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh wartawan. Berdasarkan fakta di atas, komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan akan lebih mudah diciptakan dan dipelihara.

**c. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat**

Salinan informasi yang memadai dan akurat adalah menyediakan reproduksi foto-foto yang baik dan menarik serta jelas. Pada era teknologi komunikasi saat ini, input langsung melalui komputer akan memudahkan pekerjaan wartawan dan pekerjaan media. Teknologi komunikasi yang semakin maju ini memudahkan mereka untuk mengoreksi dan menyusun ulang dari suatu terbitan, seperti siaran berita atau news release. Perkembangan teknologi juga membantu dalam penyediaan salinan naskah dan foto-foto baik secara tepat waktu.

**d. Bekerja sama dalam penyediaan materi informasi**

Sebagai contoh, seorang *publik relations* dan wartawan dapat bekerja dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

**e. Menyediakan fasilitas verifikasi**

Praktisi *Public Relations* juga perlu memberi kesempatan kepada jurnalis melakukan verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi yang mereka terima. Contoh dalam hal nyata, para jurnalis itu diijinkan untuk menengok fasilitas atau kondisi-kondisi organisasi yang hendak diberitakan.

#### **f. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media**

Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing.<sup>18</sup>

#### **4. Tahapan *Media Relations***

Rhenald Khasali dalam bukunya “Manajemen *Public Relations*, konsep, dan aplikasinya di Indonesia” memperkenalkan beberapa tahapan sebelum dan saat tindakan *media relations* dilakukan. Tahapan *media relations* sebagai berikut:

##### **a. Mengidentifikasi Krisis**

Mengidentifikasi suatu krisis, seorang *public relations* perlu melakukan penelitian. Bila krisis terjadi dengan cepat, penelitian harus dilakukan secara informal.

##### **b. Menganalisis Krisis**

Seorang *public relations* bukanlah sekadar petugas penerangan yang selalu mengandalkan aksi. Sebelum melakukan komunikasi, ia harus melakukan analisis atas masukan yang diperoleh. Analisis ini adalah pekerjaan yang dilakukan di belakang meja dengan keahlian membaca permasalahan. Analisis yang dilakukan mempunyai cakupan yang luas, mulai dari analisis persial sampai analisis integral yang saling berkait.

---

<sup>18</sup>Rini Darmastuti, *Media Relations: Konsep, Strategi, Aplikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), h.45-47

### c. Mengisolasi krisis

Krisis adalah penyakit. Kadang bisa juga diartikan lebih dari sekedar penyakit biasa. Oleh karena itu, untuk mencegah krisis menyebar luas ia harus diisolasi, dikarantina sebelum tindakan serius dilakukan.<sup>19</sup>

## 5. Kegiatan *Media Relations*

Kegiatan *media relations*, *public relations* dituntut untuk melakukan kerja sama dengan media, baik secara fungsional maupun individual dalam berbagai cara. Dalam upaya membina hubungan media, *public relations* melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media, seperti pengiriman siaran pers, menyelenggarakan konferensi pers, menyelenggarakan *media gathering*, menyelenggarakan perjalanan pers, menyelenggarakan *special events*, menyelenggarakan wawancara khusus dan menjadi narasumber media.<sup>20</sup>

Tidak jauh berbeda, menurut Ruslan kerja sama dengan pihak media tersebut biasanya diwujudkan melalui dua cara yaitu :

- a) Kontak secara formal, mengadakan acara khusus yang sengaja dirancang sebelumnya dimana media diundang secara resmi, dengan menetapkan tema dan tujuannya yang hendak dicapai. Berikut kegiatan *media relations* dengan kontak secara formal:

### 1. Konferensi Pers (*Press Conference*)

Merupakan suatu pertemuan khusus dengan pihak media yang bersifat resmi atau sengaja diselenggarakan oleh *public relations* dalam upaya menjelaskan suatu rencana atau permasalahan tertentu yang tengah dihadapi suatu perusahaan. Maksud

---

<sup>19</sup>Rini Darmastuti, *Media Relations: Konsep, Strategi, Aplikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), h.7-48

<sup>20</sup>Wardhani, Diah. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Perusahaan*. (Bandung: Graha Ilmu, 2008), hal.14

diselenggarakan acara tersebut adalah untuk memberikan informasi, berita publikasi dan promosi atau aktivitas *public relations* yang dianggap penting untuk diketahui secara luas oleh publik sasaran, menjelaskan peristiwa yang mungkin atau telah terjadi dan meluruskan atau membantah tentang suatu pemberitaan negatif.

## 2. Wisata Pers (*Press Tour*)

Perusahaan mengajak wartawan dari sejumlah media yang telah dikenal baik oleh untuk berwisata kunjungan ke suatu *event* khusus, atau peninjauan ke luar kota bersama dengan pejabat instansi atau pimpinan perusahaan sebagai tuan rumah selama lebih dari satu hari.

## 3. Resepsi Pers (*Press Reception*) dan *Press Gathering*

Bertujuan untuk mengikat hubungan tali silaturahmi dengan mengadakan jamuan wartawan yang bersifat sosial, menghadiri acara resepsi atau seremonial tertentu baik formal maupun informal. Namun ada juga melalui acara olahraga, kumpul bersama dalam acara ulang tahun perusahaan, Tahun Baru dan Natal bersama. Hal tersebut juga membuka kesempatan para wartawan untuk dapat bertemu dengan petinggi perusahaan.

## 4. Pengarahan Pers (*Press Briefing*)

Merupakan bentuk jumpa pers resmi yang diselenggarakan secara periodik yang berisi suatu dialog atau diskusi, saling memberikan masukan atau informasi cukup bagi kedua belah pihak.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Cantor, Bill. Kustadi, *Public Relations Perusahaan*.( Jakarta: Nuansa, 1984), hal.68



b) Kontak informal

1. Keterangan Pers (*Press Statement*)

Dapat dilakukan kapan dan dimana saja oleh narasumber tanpa harus adanya undangan resmi, dimana dilakukan oleh pihak eksklusif untuk menjelaskan atau memberikan argumentasi tertentu kepada pers.

2. Wawancara Pers (*Press Interview*)

Narasumber atau orang yang diwawancara yang dimintai pendapat, komentar, keterangan dan sebagainya tentang suatu masalah yang tengah aktual dan faktual di masyarakat. Biasanya inisiatif wawancara datang dari pihak media.

3. Pertemuan *Pers Gathering* (Jamuan Pers Secara In-formal)

Yaitu pertemuan secara informal untuk menjalin hubungan baik antara pihak *public relations* dan media dimana bentuk kontak ini lebih menekankan pendekatan pribadi ke pribadi (*personal to personal approach*). Maksud hubungan ini adalah untuk saling mengenal, saling mendukung dan saling menghormati profesi satu sama lain sebagai mitra kerja yang positif.

Kegiatan *media relations* bermacam-macam, dari kegiatan yang formal maupun informal. Keluarnya pemberitaan yang positif mengenai suatu perusahaan tidak luput dikarenakan adanya hubungan yang baik pula dengan medianya.<sup>22</sup>

### ***C. Hubungan Masyarakat dalam Prespektif Islam***

Humas memiliki banyak peranan penting dalam struktur birokrasi, salah satunya dengan memberikan pemahaman tentang keadaan organisasi, sebagai kebutuhan publik dalam menilai setiap kinerjanya selain itu humas juga dapat

---

<sup>22</sup>Soleh Soemirat & Elvinaro, Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*. (Bandung: Remaja Rosdakarya 2007), h.23

menjadikan hubungan masyarakat dengan birokrasi lebih dekat dalam mencapai tujuan bersama. Sehingga, humas dalam prespektif Islam dalam konteks sosial mengajarkan hubungan yang baik antarmanusia.

Allah berfirman dalam QS. An-Nisa/ 4: 58

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Terjemahnya :

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.<sup>23</sup>

Amanat ialah sesuatu yang dipercayakan termasuk di dalam-Nya segala apa yang dipercayakan kepada seseorang, baik harta maupun ilmu pengetahuan dan sebagainya.

Dalam kitabnya "Ihya Ulumuddin" Imam Ghazali menerangkan amanat itu terbagi lima:

- a. Amanat Ilmu.
- b. Amanat kehakiman peradilan, hendaklah menghukum dengan adil.
- c. Amanat Tuhan kepada hamba-Nya, seperti tubuh dirinya, panca indra, akal nya, agama dan sebagainya. Semuanya itu adalah amanat dari Allah kepada manusia, yang mesti dipeliharanya dengan sebaik-baiknya.
- d. Amanat manusia sesama manusia, baik berupa harta maupun berbentuk rahasia yang dipercayakan kepada kita. Maka adalah suatu kewajiban kita untuk menyimpannya dengan sebaik-baiknya dan haram membukanya

---

<sup>23</sup>Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, Departemen Agama RI., Jakarta, 1978.

dengan orang banyak, dengan tidak seizing orangnya atau pihak yang mengamanatkan.

- e. Amanat manusia kepada dirinya sendiri secara memelihara amanat yang kelima ini, menurut keterangan Al-Razi, ialah mengutamakan kebaikan bagi dirinya dan menjaga dirinya itu dari segala apa yang dapat mendatangkan bahaya kepadanya.<sup>24</sup>

Ayat ini termasuk salah satu ayat yang terpenting dalam hokum syariat, dan menurut zahirnya kitabnya ditujukan kepada segenap umat Islam yang berhubungan dengan amanat.

Secara garis besar humas dalam prespektif Islam pada tafsir dan ayat di atas dapat dipahami bahwa hubungan masyarakat tidak menjadikan hubungan itu sebagai keterbatasan dalam interaksi melainkan hubungan dengan sesama manusia yang lebih luas.

Hubungan antar masyarakat pada ajaran Islam mengajarkan bagaimana hubungan antar sesama baik orang yang kita kenal maupun orang yang tidak kita kenal agar selalu baik. Apalagi dalam organisasi pemerintahan seperti tatanan pemerintahan di daerah yang mempunyai bidang humas sebagai bentuk perpanjangan tangan pemerintah kepada masyarakat setempat. Ini menjadikan pemerintah dituntut untuk memberikan segalanya demi kesejahteraan masyarakatnya.

---

<sup>24</sup>Syekh,H.Abdul Halim Hasan,Tafsir Al-Ahkam, Jakarta kencana. 2011. H.282-283

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### ***A. Jenis dan Lokasi Penelitian***

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif, untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek perilaku, sikap, tanggapan, opini, keinginan dan kemauan Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam memaksimalkan media relations Humas Pemkab Luwu Timur.

Maka risetnya dilaksanakan dengan teknik wawancara atau wawancara mendalam (*depth interview*) dan observasi model partisipasi aktif terhadap suatu kegiatan perusahaan tertentu dengan upaya untuk mendekati informan (*responden*) bersangkutan sebagai objek penelitian kualitatif (*kualitative research*).

##### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di Kelurahan Puncak Indah Kec. Malili, Kab. Luwu timur. Lokasi penelitian ini bertempat di kantor Bupati Luwu Timur.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian deskriptif kualitatif yaitu peneliti secara langsung dengan mendapatkan informasi dari informan seperti keadaan, proses, kejadian/ peristiwa dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk perkataan.

Peneliti menggunakan metode pendekatan keilmuan komunikasi khususnya yang berkaitan dengan media relation.

### **C. Sumber data penelitian**

#### **1. Sumber data primer**

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dengan melakukan wawancara terhadap narasumber atau informan yang dianggap berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dan sebenarnya di lapangan yakni informan yang terlibat dalam struktur bagian kehumasan Pemerintah Kabupaten Luwu Timur. Penulis menitik beratkan informan pada unit kerja atau biro humas pemerintah Kabupaten Luwu Timur.

#### **2. Sumber data sekunder**

Data sekunder yaitu telaah pustaka sebagai data pendukung data primer yang di peroleh dari literatur, dokumen, buku-buku, foto-foto, arsip-arsip, undang-undang, autobiografi, surat-surat, serta data yang memiliki relevansi terhadap Strategi Media Relations Pemkab Luwu Timur.

### **D. Metode Pengumpulan data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

#### **1. Observasi**

Teknik observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan teknik pengamatan secara langsung dengan model partisipasi aktif terhadap suatu kegiatan perusahaan tertentu dengan upaya untuk mendekati informan (*responden*) bersangkutan sebagai objek penelitian kualitatif (*kualitative research*).

## 2. Wawancara

Teknik wawancara atau interview yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam (*indepth interview*), untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka secara langsung dengan menitik beratkan informan pada Devisi Biro Humas yaitu penanggung jawab bidang *publik relation*, penanggung jawab bidang komunikasi pemerintah kabupaten luwu timur. Terdapat empat orang informan yang terlibat dalam melaksanakan wawancara, yaitu kepala bagian humas, kasubag humas dan protokoleran, pranata humas, kepala bidang komunikasi dan informasi publik.

## 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang digunakan peneliti adalah mendokumentasikan objek-objek yang relevan dengan penelitian ini yang mampu memberikan data yang spesifik dan penting untuk dijadikan sebagai data. Dapat diketahui bahwa data yang diterima melalui dokumentasi, rekaman dan hasil wawancara secara langsung.

## E. Instrumen Penelitian

Kehadiran peneliti di lapangan untuk penelitian kualitatif mutlak diperlukan. Peran peneliti dalam penelitian ini sebagai pengamat partisipan atau pengamat penuh. Peneliti berada di lapangan kemudian mengadakan pengamatan dengan mendatangi subyek penelitian atau informan yang terlibat dalam struktur bagian biro kehumasan Pemerintah kabupaten Luwu Timur. Sekaligus menghimpun dokumen-dokumen yang diperlukan.

Dalam penelitian kualitatif, penulis bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Instrumen selain manusia dapat pula digunakan seperti pedoman

wawancara, pedoman observasi, kamera, tetapi fungsinya terbatas sebagai pendukung tugas peneliti sebagai instrumen. Oleh karena itu, kehadiran peneliti di lapangan untuk penelitian kualitatif sangat diperlukan.

Dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan wawancara, peneliti bertindak sebagai pengamat partisipan aktif. Maka untuk itu peneliti harus bersikap sebaik mungkin, hati-hati dan sungguh-sungguh dalam menjangkau data sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Untuk mendukung pengumpulan data dari sumber yang ada di lapangan, peneliti juga memanfaatkan buku tulis, kertas, pensil dan bolpoin sebagai alat pencatat data. Kehadiran peneliti di lokasi penelitian dapat menunjang keabsahan data yang dapat memenuhi keorisinalitas atau keaslian.

## **F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti mengikuti langkah-langkah seperti yang dianjurkan oleh Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.<sup>1</sup> Aktivitas dalam analisis data adalah sebagai berikut:

### **1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)**

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

---

<sup>1</sup>Emzir, *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis Data* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 129-135

## 2. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi.

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data bisa dibantu dengan alat elektronik seperti komputer, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka dan data yang tidak penting dibuang.

## 3. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah mendisplaykan data. Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Miles dan Huberman menyatakan : “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the pas has been narative tex*” artinya: yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif. Selain dalam bentuk naratif, display data dapat juga berupa grafik, matriks, network (jejaring kerja).



Fenomena sosial bersifat kompleks, dan dinamis sehingga apa yang ditemukan saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung agak lama di lapangan akan mengalami perkembangan data. Peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotetik itu berkembang atau tidak. Jika setelah lama memasuki lapangan ternyata hipotesis yang dirumuskan selalu didukung data pada saat dikumpulkan di lapangan, maka hipotesis tersebut terbukti dan akan berkembang menjadi teori yang grounded.

Teori grounded adalah teori yang ditemukan secara induktif, berdasarkan data-data yang ditemukan di lapangan, dan selanjutnya diuji melalui pengumpulan data yang terus menerus. Bila pola-pola yang ditemukan telah didukung oleh data selama penelitian, maka pola tersebut menjadi pola yang baku yang tidak lagi berubah. Pola tersebut selanjutnya didisplaykan pada laporan akhir penelitian.

#### 4. *Conclusion Drawing / verification*

*Conclusion Drawing/verification* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian***

##### **1. Profil Kabupaten Luwu Timur**

Berdasarkan Keputusan DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 6 Tahun 2002 tanggal 24 Mei 2002, tentang persetujuan usul pemekaran Luwu Utara. Gubernur Sulawesi Selatan menindaklanjuti dengan mengusulkan pembentukan Kabupaten Luwu Timur dan Mamuju Utara kepada Menteri Dalam Negeri melalui Surat Nomor 130/2172/Otoda tanggal 30 Mei 2002. Akhirnya, aspirasi perjuangan masyarakat Luwu Timur yang diperjuangkan selama 44 tahun telah mencapai titik kulminasi yaitu atas persetujuan bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia dengan disahkannya Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2003 tanggal 25 Februari 2003, Tentang Pembentukan Kabupaten Luwu Timur dan Kabupaten Mamuju Utara di Provinsi Sulawesi Selatan. Berdasarkan Undang – undang terse`but, Gubernur Sulawesi Selatan, atas nama Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia pada tanggal 3 Mei 2003 telah meresmikan sekaligus melantik pejabat Bupati Luwu Timur di Ruang Pola Kantor Gubernur Sulawesi Selatan di Makassar.<sup>1</sup>

Kemudian pada tanggal 12 Mei 2003, sebagai penanda mulai berlangsungnya aktivitas pemerintahan dan pembangunan di Kabupaten Luwu Timur yang baru terbentuk itu, maka Bupati Luwu Utara dan Penjabat Bupati Luwu Timur secara bersama-sama meresmikan pintu gerbang perbatasan Kabupaten Luwu Utara dan

---

<sup>1</sup><http://www.luwutimurkab.go.id>

Kabupaten Luwu Timur yang ditandai dengan pembukaan selubung papan nama perbatasan bertempat di Desa Lauwo antara Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur dan Kecamatan Bone - Bone, Kabupaten Luwu Utara.

Pada hari yang sama dilakukan prosesi penyerahan operasional Pemerintahan dari Pemerintah Kabupaten Luwu Utara kepada Pemerintah Kabupaten Luwu Timur bertempat di lapangan Andi Nyiwi, Malili. Dengan terbentuknya Kabupaten Luwu Timur yang merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Luwu Utara maka secara administratif Kabupaten Luwu Timur berdiri sendiri sebagai daerah otonom yang memiliki kewenangan untuk meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat.

Namun secara kultural, historis dan hubungan emosional sebagai satu rumpun keluarga Tanah Luwu tetap terjalin sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan. Seiring dengan bergulirnya era reformasi yang telah memberikan ruang kebebasan lebih luas terhadap `wacana pemekaran Daerah di Negara Kesatuan Republik Indonesia, maka hal ini dimanfaatkan sebagai momentum yang kuat dalam melanjutkan perjuangan aspirasi Masyarakat Ex Kewedanaan Malili untuk membentuk sebuah Kabupaten. Pada awal tahun 1999, saat pemekaran Kabupaten Luwu sedang dalam proses, timbul kembali aspirasi masyarakat yang kuat menginginkan dan mendesak kepada Pemerintah Pusat untuk merealisasikan pembentukan suatu Kabupaten pada wilayah Eks Kewedanaan Malili sesuai dengan Amanat Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Propinsi Sulawesi-Selatan.

Menindaklanjuti aspirasi pemekaran Kabupaten Luwu yang beragam, maka DPRD Provinsi Sulawesi Selatan melalui Surat Keputusan DPRD Provinsi TK. I

Sulawesi Selatan Nomor 21/III/1999, dijelaskan pada pasal 2 sebagai berikut ; Mengusulkan Kepada Pemerintah Pusat untuk selain menyetujui Pemekaran Daerah TK. II Luwu menjadi 2 ( Dua ) kabupaten Daerah Tingkat II Luwu Utara, agar melanjutkan Pemekaran Kabupaten Daerah Tingkat II dengan menjadikan bekas Kewedanaan (Onder Afdeling) Masamba dan bekas Kewedanaan (Onder Afdeling) Malili masing-masing menjadi Kabupaten Daerah Tingkat II serta peningkatan Kota Administratif Palopo menjadi Kota Madya Daerah TK. II.

Meskipun aspirasi dan tuntutan masyarakat Luwu Timur untuk membentuk Kabupaten Luwu Timur yang otonom sesuai dengan hak historis dan kecukupan potensi yang dimiliki belum terealisasi, namun tidak mengurangi semangat dan tekad masyarakat Luwu Timur untuk berjuang mewujudkan cita-cita tersebut. Hal ini dibuktikan dengan digelarnya Pertemuan Akbar masyarakat Ex Kewedanaan Malili pada tanggal 18 Maret 2000 di Gedung pertemuan Masyarakat Malili yang menghasilkan rekomendasi tentang pembentukan Kabupaten Luwu Timur dengan membentuk Panitia Persiapan Pembentukan Kabupaten Ex Kewedanaan Malili yang hasilnya telah diusulkan melalui surat Nomor 005/PP-Alu/2000 tanggal 20 April 2000 Tentang Usul Pemekaran Luwu Utara kepada Bupati Luwu Utara dan Ketua DPRD Kabupaten Luwu Utara.

Menindaklanjuti aspirasi masyarakat Luwu Timur maka lahirlah keputusan DPRD Luwu Utara mengeluarkan SK tentang pembentukan Pansus dan SK Nomor 04 Tahun 2001 Tanggal 31 Januari 2001 tentang persetujuan pemekaran Kabupaten Luwu Utara menjadi 2 (dua) wilayah Kabupaten Luwu Utara dan Kabupaten Luwu Timur, yang merupakan prakarsa hak inisiatif DPRD Luwu Utara. Hal ini, kemudian direspon oleh Pemerintah Kabupaten Luwu Utara sesuai ketentuan dan mekanisme

yang ditetapkan dalam PP. 129 Tahun 2000 tentang persyaratan pembentukan dan kriteria pemekaran, penghapusan dan penggabungan daerah, yakni dengan melanjutkan keputusan DPRD Kabupaten Luwu Utara tentang Persetujuan terhadap Pembentukan ex Kewedanaan Malili menjadi Kabupaten Luwu Timur, kepada Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan melalui surat tertanggal 04 April 2002, Nomor 100/134/Bina PB.Bang Wil . Demikian Kilas Balik Terbentuknya Kabupaten Luwu Timur. Malili, Mei 2007 Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Luwu Timur, H. ANDI HASAN.

## **2. Pembagian Administratif**

Kabupaten Luwu Timur, yang akrab disapa dengan singkatan Lutim ini adalah sebuah Kabupaten yang terletak di bagian timur Provinsi Sulawesi Selatan, di dalam wilayah Provinsi Sulsel (Sulawesi Selatan). Ibukota Kabupaten Luwu Timur ini adalah Kota Malili. Secara geografis, letak Kabupaten Luwu Timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Tengah dan Provinsi Sulawesi Tenggara, yang merupakan hasil pemekaran wilayah administratif Kabupaten Luwu Utara, Berdasarkan Keputusan DPRD Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 6 Tahun 2002 tanggal 24 Mei 2002, tentang Persetujuan usul pemekaran Luwu Utara. Gubernur Sulawesi Selatan menindaklanjuti dengan mengusulkan pembentukan Kabupaten Luwu Timur dan Mamuju Utara kepada Menteri Dalam Negeri melalui Surat Nomor 130/2172/Otoda tanggal 30 Mei 2002.

Akses masuk dan keluar Kabupaten Luwu Timur, dapat terakomodir melalui jalur pelabuhan laut di Kota Malili dengan jalur penyebrangan Palopa, Pare-pare dan makassar dan juga menyediakan banyak jasa *traveling*. Sedangkan jalur darat

melalui jalan Trans Sulawesi dan jalur udara melalui Bandar Udara Sorowako, dengan jalur penerbangan ke Makassar.

Wilayah Kabupaten Luwu Timur secara Astronomis terletak diantara  $2^{\circ} 03'00$  Lintang Utara -  $3^{\circ} 03'25''$  Lintang Selatan dan  $119^{\circ} 28'56''$  Bujur Timur -  $121^{\circ} 47'27$  Bujur Timur. Batas-batas wilayah Kabupaten Luwu Timur adalah sebagai berikut : Batas sebelah Utara: Sulawesi Tengah, Batas sebelah Timur: Sulawesi Tenggara, Batas sebelah Selatan: Teluk Bone, Batas sebelah Barat: Kabupaten Luwu Utara.

Kabupaten Luwu Timur secara administratif terdiri dari 11 Kecamatan yang terdiri dari 127 Desa dan 20 Kelurahan. Kabupaten Luwu Timur memiliki luas wilayah 6.944,98 Km<sup>2</sup> dengan luas daratan adalah 2.947,50 Km<sup>2</sup> dan Luas perairan adalah 6.052,50 Km<sup>2</sup>. Wilayah Kabupaten Luwu Timur ini memiliki beberapa Pulau Besar di dalamnya seperti Pulau Komodo, Pulau Rinca, Pulau Mules, Pulau Longos, serta Pulau-Pulau kecil lainnya.

### ***3. Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Luwu Timur***

UPT Dinas Komunikasi dan Informatika terdiri dari: Unit Pelaksana Teknis Dinas Radio Siaran Pemerintah Daerah.

Kepala Dinas mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan kewenangan daerah dalam urusan Komunikasi dan Informasi. Dalam melaksanakan tugasnya Kepala Dinas bertanggung jawab kepada Bupati. Secara administratif Kepala Dinas dibina dan dikoordinir oleh Sekretaris Daerah.

Berpedoman pada Peraturan Bupati No. 37 tahun 2016 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi dan tata kerja dinas daerah Kabupaten Luwu Timur secara umum, sebagai berikut:

***a. Tugas pokok***

Dinas Komunikasi dan Informatika yang dipimpin oleh Kepala Dinas mempunyai tugas pokok membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang persandian dan urusan pemerintahan bidang statistik.

***b. Fungsi***

Melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam tugas pokok di atas Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika, menyelenggarakan fungsi:

1. Perumusan, pengaturan, pembinaan, pengawasan dan pengendalian Sekretariat
2. Perumusan, pengaturan, pembinaan, pengawasan dan pengendalian bidang pos dan telekomunikasi, bidang sarana komunikasi dan diseminasi informasi;
3. Pengelolaan informasi dan komunikasi publik pemerintah daerah dan aplikasi informatika;
4. Pelayanan pemberian rekomendasi dalam bidang komunikasi dan informatika
5. Pengawasan dan penertiban perizinan bidang komunikasi dan informatika;
6. Pengendalian, pemberdayaan kegiatan komunikasi dan informatika dan peningkatan sumberdaya manusia di bidang komunikasi dan informatika;
7. Penyelenggaraan statistik sektoral di lingkungan pemerintah daerah;
8. Penyelenggaraan persandian untuk pengamanan informasi;
9. Pengaturan, pembinaan, pengawasan dan pengendalian UPT Dinas dan Jabatan Fungsional;

10. Pelaksanaan tugas dinas lainnya yang diberikan atasan sesuai tugas dan fungsinya.<sup>2</sup>

### ***B. Visi dan Misi Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Luwu Timur***

1. Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur  
**“Terwujudnya Pelayanan Informasi Publik yang Ramah, Cepat dan Tepat melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi”.**

Visi tersebut mengandung tiga pokok visi yaitu Integrasi Pelayanan publik, Infrastruktur handal, Kemudahan bagi masyarakat. Sesuai dengan tugas utama Dinas Komunikasi dan Informatika yang tertuang dalam RPJMD 2016-2021 sebagai pendukung penyelenggaraan pelayanan publik dan penyebaran Informasi, maka perlu adanya upaya terus menerus untuk meningkatkan kehandalan penyelenggaraan pelayanan publik dan penyebaran informasi dengan memanfaatkan TIK dan media massa. Salah satu upaya tersebut adalah mengintegrasikan pelayanan publik yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Luwu Timur agar lebih efektif dan efisien.

Upaya pengintegrasian harus didukung oleh penyediaan infrastruktur yang memadai. Infrastruktur tersebut harus mampu memenuhi prediksi kebutuhan Kabupaten Luwu Timur setidaknya hingga lima tahun mendatang. Selain itu juga, dibutuhkan distribusi infrastruktur yang merata, sehingga tidak terjadi kesenjangan.

Tidak meratanya distribusi infrastruktur dan informasi dapat berdampak buruk bagi pemerintah Kabupaten Luwu Timur maupun bagi masyarakat. Oleh karena itu, Dinas Komunikasi dan Informatika perlu mengambil peran sebagai GPR (*Government Public Relations*) untuk mendiseminasikan informasi seluas-luasnya

---

<sup>2</sup>[www. www.luwutimurkab.go.id](http://www.luwutimurkab.go.id)



bagi masyarakat, agar masyarakat tahu, mau dan dapat memanfaatkan layanan publik yang telah disediakan.

## 2. Misi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur

- a) Meningkatkan SDM (Sumber Daya Manusia) Aparatur Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- b) Meningkatkan Sarana dan Prasarana Bidang Informasi dan Komunikasi;
- c) Meningkatkan Kerjasama Masyarakat, Pemerintah dan Swasta dalam Pembangunan TIK;
- d) Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Informasi kepada masyarakat melalui berbagai media;
- e) Mengoptimalkan Penerapan *E-Government* di Kabupaten Luwu Timur.

Misi tersebut telah selaras dengan isu-isu strategis yang dipilih maupun tugas pokok dan fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai Fasilitator pemanfaatan TIK dan penyelenggara Diseminasi Informasi kepada masyarakat.

## 4. Strategi dan Kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika

Strategi dan kebijakan yang ditempuh untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Tujuan, Sasaran, Strategi dan Kebijakan**

<b>VISI</b>			
Terwujudnya Pelayanan Informasi Publik yang Ramah, Cepat dan Tepat melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi			
Misi 1 : Meningkatkan SDM (Sumber Daya Manusia) Aparatur Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi.			
Tujuan	Sasaran	Strategi	Kebijakan

Tersedianya Jumlah Aparatur Dinas Komunikasi dan Informatika yang Profesional yaitu memiliki keahlian khusus dibidang Teknologi Informasi dan Komunisi serta keahlian dibidang penyiaran dan jurnalisme	Meningkatkan Pendidikan dan Pelatihan yang bersertifikat dibidang Teknologi Informasi dan Komunikasi serta bidang penyiaran dan jurnalisme	Mengembangkan Kompetensi Sumber Daya Aparatur Bidang TIK, Penyiaran dan Jurnalisme.	Program fasilitasi Peningkatan SDM bidang komunikasi dan informasi.
Misi 2 : Meningkatkan Sarana dan Prasarana Bidang Informasi dan Komunikasi			
Meningkatnya pembangunan sarana dan prasarana Teknologi Informasi dan Komunikasi	Meningkatkan layanan pembangunan infrastruktur pos dan telekomunikasi dan perencanaan pengembangan	a. Peningkatan pelayanan pemberian rekomendasi izin penyelenggaraan pos. b. Meningkatkan kualitas dan kuantitas perencanaan informasi dan komunikasi.	1. Program Pengembangan komunikasi informasi dan media massa. 2. Program Pengkajian dan

yang merata diseluruh wilayah Kabupaten Luwu Timur, sehingga seluruh masyarakat manggarai barat dapat menikmati teknologi informasi dan komunikasi secara bebas serta menunjang penerapan e-government dan penyebaran informasi pembangunan melalui website	Teknologi Informasi dan Komunikasi di seluruh wilayah Kabupaten Luwu Timur	c. Meningkatkan pengembangan jaringan Hotspot/wifi dan jaringan LAN antar SKPD. d. Meningkatkan pengembangan sarana dan prasarana RSPD Manggarai Barat.	penelitian bidang komunikasi dan informasi.
Misi 3 : Meningkatkan Kerjasama Masyarakat, Pemerintah dan Swasta dalam Pembangunan TIK			
Meningkatnya	Mewujudkan	a. Meningkatkan kualitas	1. Program

peran stakeholder dan masyarakat dalam pembangunan di Kabupaten Luwu Timur melalui pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi	masyarakat Manggarai Barat yang berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi	masyarakat dalam Bidang TIK. b. Meningkatkan peran masyarakat dalam pembangunan di Jawa Barat melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.	kerjasama informasi dan media massa. 2. Program fasilitasi Peningkatan SDM bidang komunikasi dan informasi.
Misi 4 : Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Informasi Kepada Masyarakat melalui Berbagai Media			
Tersebar nya informasi pembangunan Kabupaten Luwu Timur berbasis teknologi Informasi dan Komunikasi serta melalui media massa -	Mengoptimalkan Pengelolaan Data dan Pemanfaatan Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi untuk masyarakat	a. Meningkatkan kuantitas dan Kualitas informasi kepada masyarakat melalui berbagai media. b. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan Teknologi Informasi dan Komunikasi Kepada aparat ur daerah dan masyarakat.	1. Program Kerjasama informasi dan media massa. 2. Program fasilitasi Peningkatan SDM Bidang komunikasi dan informasi.

media massa milik pemerintah daerah seperti RSPD dan Buletin Pemda		Melaksanakan optimalisasi penyebaran informasi kepada masyarakat.	
Misi 5 : Mengoptimalkan Penerapan <i>E-Government</i> di Kabupaten Luwu Timur.			
Meningkatnya Layanan Online Dalam Penyelenggaraan <i>e-government</i> Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi.	Meningkatkan konektivitas jaringan komunikasi digital disetiap SKPD dalam Pemerintahan daerah Kabupetan Manggarai Barat.	Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Sarana Pendukung Penerapan E- Government di Lingkup Pemerintah Kab. Manggarai Barat.	1. Program Pengembangan komunikasi informasi dan media masa. 2. Program Pengkajian dan penelitian bidang komunikasi dan informasi.

### ***5. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informasi***

Adapun susunan organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur berdasarkan Peraturan Bupati diatas adalah sebagai berikut:

#### **a. Kepala Dinas**

Kepala Dinas mempunyai tugas pokok membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang persandian dan urusan pemerintahan bidang statistik.

#### **b. Sekretaris membawahi 2 (dua) Sub Bagian:**

Sekretariat Dinas Komunikasi dan Informatika yang dipimpin oleh sekretaris mempunyai tugas pokok melaksanakan koordinasi dan pembinaan administrasi yang meliputi urusan perencanaan program, pelaporan dan keuangan, urusan umum, kepegawaian dan perlengkapan.

1. Sub Bagian Umum dan Perlengkapan.
2. Sub Bagian Program, Keuangan dan Pelaporan.

#### **c. Bidang Pos dan Telekomunikasi membawahi 2 (dua) seksi:**

Bidang Pos dan Telekomunikasi yang dipimpin oleh kepala bidang mempunyai tugas melaksanakan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis, merencanakan, melaksanakan, membina, mengendalikan, mengawasi serta melakukan evaluasi pelaksanaan program/ kegiatan di bidang pos dan telekomunikasi.

1. Seksi Pos dan Standarisasi.
2. Seksi Spektrum Frekuensi, Telekomunikasi, dan Standarisasi postal.

#### **d. Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi membawahi 2 (dua) seksi:**

Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi yang dipimpin oleh kepala bidang mempunyai tugas melaksanakan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis, merencanakan, membina, mengendalikan, mengawasi serta melakukan evaluasi pelaksanaan program/kegiatan di bidang sarana komunikasi dan diseminasi informasi.

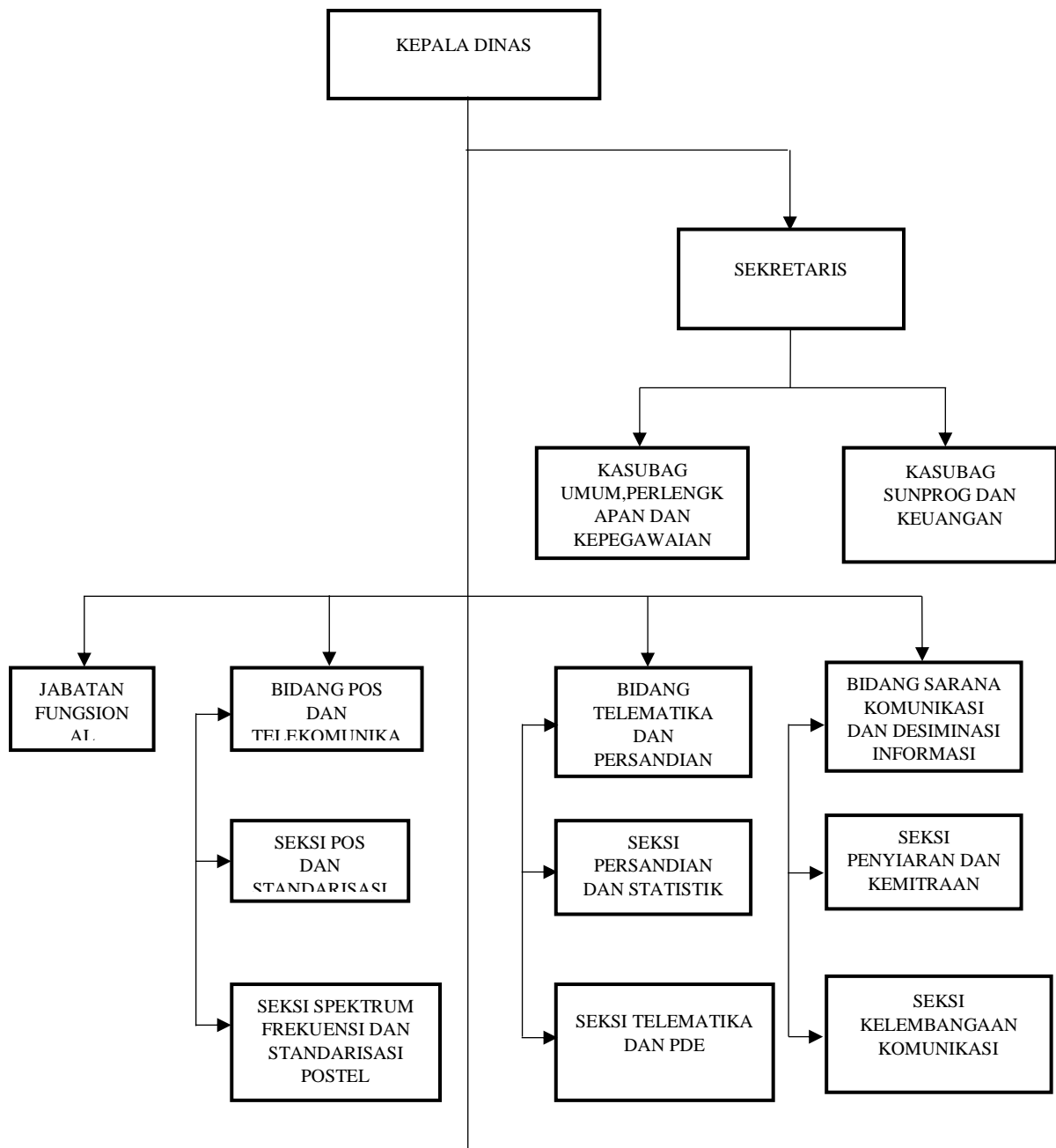
1. Seksi Penyiaran dan Kemitraan Media.
2. Seksi Kelembagaan Komunikasi.

e. Bidang Persandian dan Aplikasi Telekomunikasi

Bidang Persandian dan Aplikasi Telekomunikasi yang dipimpin oleh kepala bidang mempunyai tugas melaksanakan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis, merencanakan, membina, mengendalikan, mengawasi dan melakukan evaluasi pelaksanaan program/kegiatan di bidang persandian dan aplikasi telematika

1. Seksi Persandian dan Telematika.
2. Seksi Statistik dan PDE.

**Bagan 4.1**  
**Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika**





### ***C. Strategi Media Relations Pemerintah Daerah Luwu Timur dalam Menyebarluaskan Informasi***

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang, bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting bagi ketahanan nasional. Oleh karena itu penyebarluasan informasi menjadi mutlak sebab penyediaan dan pelayanan segala jenis informasi yang berkaitan dengan kepentingan publik kecuali informasi yang dirahasiakan seperti strategi dan taktik perang harus disampaikan kepada masyarakat.

Bahkan dalam UU No 14 tahun 2008 dikatakan jika hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan rakyat untuk mewujudkan penyelenggaraan Negara yang baik.

Undang-undang tersebut juga dikatakan bahwa keterbukaan Informasi Publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik

Berdasarkan analisis data hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, Pemerintah Kabupaten Luwu Timur khususnya SKPD Kominfo memiliki beberapa strategi yang menjadi pola untuk penyebaran informasi kepada masyarakat secara maksimal.

Strategi dinas kominfo Kabupaten Luwu Timur dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat adalah dengan memanfaatkan atau bekerjasama dengan wartawan lokal maupun internasional untuk kebutuhan penyebaran serta pemanfaatan media yang dimiliki oleh Kabupaten Luwu Timur. Secara structural setiap SKPD memiliki Kepala bagian umum dan Kepegawaian yang akan memberikan informasi kepada Dinas Kominfo di setiap kegiatannya karena dengan fungsi SKPD yang baru terbentuk pada tahun 2016 adalah sebagai perpanjangan tangan dari pemerintah daerah kepada masyarakat luas.

Dinas Kominfo baru terbentuk akhir tahun pada tanggal 31 desember 2016 dan mulai aktif pada tanggal 2 januari 2017 mengambil alih fungsi dari dinas perhubungan pada divisi teknologi dan komunikasi sementara pada akhir tahun 2016 terbentuk Dinas Kominfo yang merampungkan dan menyebarkan semua aluran informasi ke masyarakat luas.

Salah satu bentuk atau strategi dalam menyebarluaskan informasi, dinas kominfo menyusun strategi dengan konsep kemitraan media dan penggunaan media.

### **1. Kemitraan Media dan Penggunaan Media**

Kemitraan media adalah bentuk kerjasama pemerintah daerah dengan media media lokal dan regional untuk merangkum informasi di setiap kegiatan-kegiatan SKPD pemerintah Kabupaten Luwu Timur. Sementara penggunaan media sebagai wadah penyebar luasan informasi di Kabupaten Luwu Timur hanya ada beberapa media yang digunakan SKPD kominfo Kabupten Luwu Timur.

#### **a. Kemitraan Media**

Kemitraan media merupakan kerjasama dengan media lokal dan regional seperti media online, media cetak dan medium televisi. Bentuk kerjasama yang

dilakukan oleh SKPD Kominfo adalah untuk membantu keterbatasan media yang dimiliki Pemerintah daerah Kabupaten Luwu Timur. Sehingga, kemitraan yang dilakukan dapat menyebarluaskan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Kemitraan ini dilakukan dengan meminta setiap wartawan dari media yang menjadi mitra untuk meliput setiap kegiatan yang berada di setiap SKPD di pemerintahan Kabupaten Luwu Timur. Seperti yang di jelaskan oleh kepala bidang informasi dan komunikasi publik.

”Strategi dalam menyebarluaskan informasi kami dari SKPD Kominfo menerapkan konsep Kemitraan Media, kemitraan media ini adalah bentuk kerjasama kami dengan beberapa media lokal dan regional. Jadi, polanya dalam setiap media kami peruntukan kepada setiap wartawan untuk selalu berkordinasi dengan SKPD yang ada di pemerintahan untuk mengambil informasi dari kegiatan di SKPD terkait.”<sup>3</sup>

Strategi yang diigunakan dalam proses penyebaran informasi seperti yang dijelaskan oleh kabid informasi dan komunikasi publik adalah strategi yang efektif dalam menyebarluaskan informasi karena dalam konsep kemitraan, media informasi yang beredar tidak hanya diterima oleh masyarakat yang memiliki akses media online dan medium televisi akan tetapi, dengan adanya media cetak masyarakat yang tidak biasa mengakses media online dan tidak memiliki medium televisi dapat menerima berita dari media cetak seperti koran dan majalah. Strategi kemitraan media juga memiliki sub konsep terhadap bagaimana penyebaran informasi yang akan di lakukan oleh Dinas Kominfo.

#### b. Penggunaan Media

Penggunaan media dalam menyebarluaskan informasi di fokuskan kepada beberapa media yang telah menjadi mitra dan media yang dimiliki oleh dinas

---

<sup>3</sup>Arief Fadillah A (37), Kabid Informasi dan Komunikasi public, *Wawancara* Malili 15 November 2017

komunikasi dan informasi. Diskominfo melakukan serangkaian kajian mendalam terhadap media yang mampu menjangkau seluruh daerah pemerintahan Kabupaten Luwu Timur.

Masyarakat yang menggunakan media sebagai alat komunikasi dan transaksi komunikasi seperti *gadget*, *computer*, internet, televisi, dan radio hanya ada beberapa yang dapat menggunakannya, sehingga diskominfo berinisiatif untuk melakukan tindakan yang menjadikan media baca seperti majalah dan koran dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat Luwu Timur. Seperti pada pernyataan kepala diskominfo yaitu:

“Untuk menyebarluaskan informasi secara merata kepada masyarakat, kami juga perlu memberikan pemetaan terhadap masyarakat yang tidak bisa menggunakan atau tidak memiliki media elektronik seperti handphone, komputer, internet, dan radio agar tetap dapat mengakses informasi yang kami sebar. Jadi media yang kami anggap paling pas dalam menjangkau seluruh masyarakat kabupaten Luwu Timur adalah dengan media cetak seperti Koran dan majalah atau pamflet dan sebaran sebaran lain.”<sup>4</sup>

Jelas, bahwa pola kemitraan media juga didukung dengan penggunaan media secara merata oleh kajian yang dilakukan oleh diskominfo dapat menjadikan informasi tersebar luas secara merata baik kalangan yang dapat menggunakan atau memiliki media elektronik ataupun tidak memiliki media elektronik.

## **2. Kelompok Informasi Masyarakat**

Kelompok informasi masyarakat adalah sebuah wadah yang dibentuk oleh Dinas Kominfo untuk memberikan pemahaman pentingnya penyaringan informasi di segala bentuk media dan cara mengonsumsi informasi dengan baik serta bagaimana cara menanggapi informasi yang disebar oleh pemerintah yang sasaran pesertanya

---

<sup>4</sup>Arief Fadillah A (37), Kabid Informasi dan Komunikasi publik, *Wawancara* Malili 15 November 2017

adalah masyarakat yang dominan minim akan pengetahuan informasi dan komunikasi.

“Salah satu fokus kami dalam pemerataan penyebaran informasi adalah dengan membentuk sebuah wadah yang bisa memberikan dukungan terhadap masyarakat yang tidak tahu tentang gadget, bagaimana memakainya bagaimana menawarkan tanggapannya kepada kami, inilah yang menjadi salah satu fokus kami di dinas kominfo agar masyarakat juga tahu apa yang sedang pemerintah lakukan.”<sup>5</sup>

Kelompok informasi masyarakat ini akan diberi pelatihan tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi seperti smartphone, televisi dan internet. Pelatihan yang dilakukan tentunya tidak terlepas dari program kemitraan media, sehingga yang yang tergabung dalam kemitraan media juga ikut serta memberikan kontribusinya terhadap wadah yang dibentuk yaitu kelompok informasi masyarakat.

“Kelompok informasi masyarakat akan kami beri latihan yang sesuai dengan misi kami di dinas yaitu meningkatkan kerjasama masyarakat, swasta dan pemerintah dalam pembangunan TIK agar masyarakat juga tahu pentingnya informasi dan menjaganya”<sup>6</sup>

Kelompok informasi masyarakat juga merupakan hasil kajian dari kondisi masyarakat Luwu Timur yang sebagian besar masih kurang tahu tentang penggunaan media, sehingga dinas kominfo yang baru terbentuk memiliki peran yang sangat besar dalam memanajemenkan kembali fungsinya terhadap kebutuhan masyarakat.

Aktivitas diskominfo dalam menyampaikan atau menyebarluaskan informasi melalui media elektronik, media cetak dan media online terdapat berbagai konsep pada setiap media tersebut. Media yang digunakan dalam menyebarluaskan informasi adalah media online yaitu WEB, media elektronik yaitu TV dan media cetak yaitu koran Tempo.

---

<sup>5</sup>Arief Fadillah A (37), Kabid Informasi dan Komunikasi publik, *Wawancara* Malili 15 November 2017

<sup>6</sup>Arief Fadillah A (37), Kabid Informasi dan Komunikasi publik, *Wawancara* Malili 15 November 2017

Pada setiap media tersebut penyebarluasan informasi lebih dominan pada media online dan media elektronik. Kedua jenis media ini memiliki konsep yang sesuai dengan kondisi lingkungan masyarakat Luwu Timur akan tetapi media cetak juga berarti dalam penyampaian pesan pada kalangan masyarakat yang tidak memiliki media elektronik atau tidak dapat mengakses media online.

Seperti yang dijelaskan oleh bapak Alimuddin Bahtiar kepala bagian Humas dan Keprotokoleran bahwa:

“Media yang paling cocok dengan kondisi masyarakat Luwu Timur adalah media online dan elektronik seperti televisi dan *websaite*, apalagi sekarang kami sedang dalam masa perbaikan sistem pada website kami dan mendiskusikan konsep baru mengenai pemberitaan pada medium televisi. Saat ini media yang kami gunakan adalah televisi, koran dan website.”<sup>7</sup>

**Gambar 4.1** Website Pemda Luwu Timur.

**Sumber:** [www.luwutimu.com](http://www.luwutimu.com)



<sup>7</sup>Alimuddin Bahtiar (44), Kabag Humas dan Keprotokoleran, *Wawancara* Malili 14 November 2017

**Gambar 4.2** Berita Kompas TV Sulsel

Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)



Seperti pada penjelasan di atas media yang digunakan adalah media online dan media elektronik namun pada kondisi lain media cetak juga difungsikan sebagai penyebar informasi sehingga masyarakat yang tidak dapat mengakses informasi secara online maupun elektronik dapat menerima informasi tersebut.

### **3. PPID (pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi)**

Berfungsi sebagai pengelola dan penyampai dokumen yang dimiliki oleh badan public sesuai dengan amanat tentang keterbukaan informasi publik. Dengan keberadaan PPID maka masyarakat yang akan menyampaikan permohonan informasi lebih mudah dan tidak berbelit karena dilayani lewat satu pintu.

Pejabat pengelola informasi dan dokumentasi adalah pejabat yang bertanggung jawab di bidang penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan, dan pelayanan informasi di badan publik.

“Selama ini pejabat pengelola informasi dan dokumentasi ruang lingkupnya hanya di SKPD saja sampai kecamatan. Setelah itu kami berinisiatif kembali

membentuk PPID ke setiap desa di Kabupaten Luwu Timur untuk mempermudah menyampaikan informasi.”<sup>8</sup>

Ada 2 bentuk yang digunakan dalam menyentuh masyarakat untuk mempermudah menerima informasi, yaitu :

1. Proses penyampaian informasi melalui visual atau dalam bentuk majalah.
2. Proses penyampaian informasi melalui media televisi.

#### **D. Hambatan *Media Relations* Pemerintah Kabupaten Luwu Timur**

Meski hubungan yang dijalankan oleh bagian Humas serta Komunikasi dan informasi dengan media berlangsung cukup baik, namun jalinan yang dibangun bukan tanpa halangan. Masih banyak kendala dihadapi oleh bagian Humas dengan Komunikasi dan informasi Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dalam menjalankan *media relation*, di antaranya ialah :

1. Masih minimnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki, SDM yang dimaksud adalah latar belakang keilmuan yang bukan berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi maupun yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik, sehingga perlu diadakan pelatihan-pelatihan khusus agar menjadi professional Humas yang handal. Yang dapat dilihat melalui strategi yang akan dikembangkan untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan melalui skill dan pengalaman di dunia jurnalis. Petugas humas harus lebih meningkatkan ilmu yang berkaitan dengan media agar dapat terlaksana dengan baik dalam menyebarluaskan informasi.
2. Kendala lainnya terletak pada sarana dan prasarana yang masih terbatas.

---

<sup>8</sup>Arief Fadillah A (37), Kabid Informasi dan Komunikasi Publik, *Wawancara* Malili 15 November 2017



3. Perbedaan sudut pandang, artinya media dalam mempublikasikan kebijakan-kebijakan Pemerintah Kabupaten Luwu Timur tidak secara utuh. Sehingga masyarakat selaku khalayak penerima informasi masih kurang memahami maksud dan tujuan berita tersebut.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Apriani Paskawati S.Sos bahwa :

“Memang dengan kondisi SKPD Diskominfo masih memiliki kekurangan dalam hal kapasitas sumber daya manusia dan perangkat-perangkat yang membantu aktivitas Diskominfo”.<sup>9</sup>

Terdapat berbagai alasan pentingnya berhubungan dengan media, media selain sebagai sarana informasi juga penting demi menjaga hubungan dengan publik yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan publik. Kepercayaan publik terhadap Pemerintah Kabupaten Luwu Timur dibentuk melalui informasi yang disebarkan di media, sehingga bisa digunakan sebagai ukuran untuk memperoleh nilai positif serta apresiasi dari lingkungan yang ada.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Yanthy S.Kom yaitu :

“Jadi kami sebagai pemerintah juga agak sulit menangani beberapa masyarakat yang tidak memiliki akses media elektronik seperti halnya televisi, radio, dan handphone sehingga terjadinya pembukaman informasi pada wilayah masyarakat yang tidak memiliki akses media elektronik.”<sup>10</sup>

Memilih media dalam rangkaian aktivitas *media relations* ini juga dapat menimbulkan pemberitaan yang muncul akan sepenuhnya positif atau malah menjadi serangan balik dengan munculnya pemberitaan negatif yang akan menjatuhkan. Dalam konsep *media relations* terdapat cukup banyak poin aktivitas yang dapat dilakukan seperti konferensi pers, perjalanan media, pertemuan informal, wawancara, pemetaan media, dan juga riset media massa.

---

<sup>9</sup>Apriani Paskawati S.Sos (35), Pranata Humas, *Wawancara* Malili 13 November 2017

<sup>10</sup>Yanthy S.Kom (32), Kasubag Humas dan Protokoleran, *Wawancara* Malili 13 November 2017

Namun pada praktiknya mungkin saja terjadi perpaduan di antara aktivitas tersebut ataupun adanya kiat khusus lain yang dilakukan oleh Human Pemerintah Kabupaten Luwu Timur untuk dapat merealisasikan *media relations* yang baik.

Seorang Humas harus membuat program kegiatan yang membuat pemerintah terlibat kontak langsung dengan publiknya sehingga menciptakan hubungan yang baik (merakyat) dengan masyarakatnya. Memanfaatkan seluruh media massa yang ada di kalangan masyarakat sangat penting dalam menyampaikan informasi dari pemerintah sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih luas kegiatan apa saja yang dilakukan pemerintah sehingga menciptakan *image* keterbukaan antara masyarakat dengan pemerintah. Selain itu, Humas juga harus menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan pemilik media massa untuk melaksanakan kegiatan tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai strategi media relations humas pemerintahan Kabupaten Luwu Timur dalam menyebar luaskan informasi terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi dan Media Relation yang digunakan Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu Timur dalam Menyebarluaskan Informasi.
  - a. Media Online
  - b. Media Elektronik.
  - c. Media Cetak
  - d. Kemitraan Media dan Penggunaan Media.
  - e. Kelompok Informasi Masyarakat.
  - f. PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi).
2. Hambatan *Media Relation* Pemerintah Kabupaten Luwu Timur.
  - a. Masih minimnya kualitas sumber daya manusia (SDM).
  - b. Sarana dan prasarana yang masih terbatas, seperti media televisi.
  - c. Kendala eksternal terletak pada perbedaan sudut pandang.

#### ***B. Implikasi***

Diskominfo Kabupaten Luwu Timur bekerjasama sama dengan Humas Pemerintah Kabupaten Luwu Timur belum memberikan pelayanan sepenuhnya terhadap masyarakat dalam hal pelayanan penyebarluasan informasi. Sebab, proses penyebarluasan informasi di Kabupaten Luwu Timur belum terlalu efektif maka dari

itu kami selaku mahasiswa dan masyarakat sangat meminta kepada Pemerintah Kabupaten Luwu Timur terkhusus DISKOMINFO untuk mengupayakan sarana dan prasarana yang lebih. Agar proses pelaksanaan penyebarluasan informasi tersampaikan secara merata ke masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya. Yayasan Penyelenggara Penterjemsh/Penafsiran Al-Qur'an. Departemen Agama. Jakarta, 1978.
- Anggoro, M. Linggar & Estu Rahayu. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta Edisi 1 Cetakan ke- 3. Bumi Askara. 2002.
- Al-Imam Abul Fida Isma'il, Ibnu Katsir ad-Dimasyqi. *Terjemah Tafsir Ibnu Katsir Juz 6*. Bandung: Sinar Baru al-Gensindo, 2002.
- Cutlip, Scott M, Allen H, Center. Broom & Glen M. *Effective Public Relations*. Jakarta: Edisi 8, PT Indeks Kelompok Gramedia 2005.
- Darmastuti, Rini, *Media Relations: Konsep, Strategi, Aplikasi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 1993.
- Emzir, *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Hidayat, Dasrun. *Media Public Relations: Pendekatan Studi Kasus Cyber Publik Rrelations Sebagai Metode Kerja PR Digital*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Jefkins, Frank. *Public Relations*. Jakarta: Edisi Keempat, Erlangga. 1992.
- Kasali, Rhenaldi. *Manajemen Publicrelations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti 1994.
- Kustadi, Cantor, Bill. *Public Relations Perusahaan*. Jakarta: Nuansa, 1984.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarata: Edisi dua Citra Aditya 2005.
- Publik Relations dan Komunikasi*.( Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Rachmadi. *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 1992.
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 1999)
- Saputra, Wahidin dan Rulli Nasrullah, *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, Depok: Gramata Publishing, 2014.

Soemirat Soleh dan Ardianto. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosda karya. 2002.

Yulianita. *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, Alqaprin 1999.

## LAMPIRAN



Wawancara dengan kepala Humas  
Pemerintah Kabupaten Luwu Timur



Wawancara dengan kepala SKPD  
Diskominfo  
Pemerintah Kabupaten Luwu Timur



Foto dengan Kepala SKPD  
Diskominfo  
Pemerintah Kabupaten Luwu Timur





# PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR

KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Dr. Sam Ratulangi Telp. (0474) 321279

Email : kesbangluwutimur@gmail.com

**MALILI, 92981**

Malili, 07 November 2017

K e p a d a

Yth. Sekretariat Daerah Kab.Luwu Timur

di -

**T e m p a t**

Nomor : 070/335/KesbangPol

Lampiran : -

Perihal : **Izin Penelitian**

Berdasarkan surat dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Nomor : 15678/S.01P/P2T/11/2017, tanggal 01 Nopember 2017, tentang Permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang namanya tersebut dibawah ini :

Nama : **ABD.AZIS**  
No. Stambuk : 50700113153  
Tempat/Tanggal Lahir : Wotu, 10 Maret 1993  
Program Studi : S1.Ikom  
Pekerjaan : Mahasiswa UIN Alauddin Makassar  
Alamat : Desa.Bawalipu, Kecamatan. Wotu

Bermaksud untuk melakukan Penulisan skripsi di Instansi/daerah Bapak / Ibu dengan judul :

**"STRATEGI MEDIA RALATION HUBUNGAN MASYARAKAT PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR DALAM MENYEBAR LUASKAN INFORMASI"**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 07 November s/d 07 Desember 2017

Sehubungan dengan hal tersebut di atas pada prinsipnya Pemkab. Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan terlebih dahulu melapor kepada Pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Melaporkan hasilnya selambat – lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Kantor Kesbang dan Politik Kab. Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.



**Drs. HASANUDDIN BENGNGARENG, M.M**

Pangkat : Pembina Tk. I

Nip. 19591231 198602 1 062

**Tembusan , Kepada Yth :**

1. Wakil Bupati Luwu Timur di Malili;
2. Ketua DPRD Luwu Timur di Malili;
3. Kadis Pendidikan Kab.Luwu Timur di Malili;
4. Camat Malili di Malili;
5. Wakil Dekan I Bid.Akademik Fak.Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar di Makassar;
6. Sdr.(i) **Abd.azis** di Tempat.

## Daftar Riwayat Hidup



Abdul azis dlahirkan di Wotu, Kabupaten Luwu Timur pada tanggal 10 Maret 1993. Penulis merupakan anak terakhir dari 9 bersaudara, anak dari Ibunda Suhati dan Alm. ayahanda Tapo penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar 197 Campae, setelah tamat SD pada tahun 2006, penulis melanjutkan pendidikan di MTs Pergis Wotu hingga tahun 2009,

kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA N 1 Wotu, dan Lulus pada tahun 2012. Kemudian setelah Tamat dari SMA Penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi. Selama berkuliah penulis pernah berkecimpung di dunia organisasi baik intra maupun ekstra diantaranya Pengurus Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi periode 2016 sebagai Wakil Ketua Umum, sedangkan organisasi ekstra ialah *pengurus Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Gowa Raya Periode 2017-2018*, pengurus Ikatan Lembaga Mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu politik se-Indonesia Wilayah IV Indonesia Timur Periode 2016-2018,

Asosiasi Mahasiswa Dakwah Indonesia sebagai ketua kordinator wilayah indonesia timur periode 2016-2018 dan Himpunan Mahasiswa Islam komisariat Dakwah dan Komunikasi sebagai Kader. Kemudian penulis menyelesaikan Studi setelah 4 tahun 6 bulan berkecimpung sebagai mahasiswa pada tahun 2018 penulis mampu meraih gelar S. Ikom.